MINISTERE DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE

ENSEIGNEMENT DE LA COMMUNAUTE FRANCAISE

Administration **G**énérale de l'**E**nseignement et de la **R**echerche **S**cientifique

Service général des Affaires pédagogiques et du Pilotage
du réseau d'Enseignement organisé par la Communauté française

ENSEIGNEMENT SECONDAIRE ORDINAIRE DE PLEIN EXERCICE

HUMANITES PROFESSIONNELLES ET TECHNIQUES

ENSEIGNEMENT PROFESSIONNEL

Troisième degré

SECTEUR : Arts appliqués

GROUPE : Arts décoratifs

PROGRAMME D'ETUDES DE L'OPTION DE BASE GROUPEE :

ASSISTANT/ASSISTANTE AUX METIERS DE LA PUBLICITE

318P/2006/248B

AVERTISSEMENT

Le présent programme provisoire est d'application à partir de l'année scolaire 2006/2007, dans la première année du troisième degré de l'enseignement secondaire technique de qualification et à partir de 2007/2008, dans la deuxième année de ce même degré.

SOMMAIRE :

Pages

1.Cadre général …….3

2.Grille horaire …… 4

3.Objectifs généraux de la formation : - la description du métier ……... 5
- les fonctions décrites dans les profils …… 6
- les compétences à maîtriser et/ou à exercer……. 6

4.Orientations méthodologiques générales…… 7

5.Descriptif des cours :-5.1.Connaissance de gestion 12
-5.2.Analyse et esthétique du message publicitaire 13
-5.3.Dessin à conception publicitaire 16
-5.4.Dessin technique-Lecture de plans 22
-5.5.Technologie publicitaire 27
-5.6.Sérigraphie 34
-5.7.Typographie 38
-5.8.Infographie 43
-5.9.T.P. Publicité 55

6.Exemple(s) de situation(s) d'apprentissage intégrée(s) 67

7.Orientation bibliographique 69

Le présent document a été élaboré sur base du Profil de Formation élaboré par la C.C.P.Q.

Y ont collaboré : Cédric CHAPELLE (A.R. de BOUILLON-PALISEUL), Fabrice DUMONT (A.R. G. et G. Gilson à IZEL), Christine JAMINET (A.R. de WELKENRAEDT), Gaëlle LE COMPTE (Ecole belge du SHAPE), Elisabeth ROYEN (I.T.C.F. Félicien Rops à NAMUR) et Christelle TIMSONNET (A.R. Ardenne- Hautes Fagnes à MALMEDY),
sous la présidence de Maurice DEMOULIN, Inspecteur.

1.CADRE GENERAL :

Le présent programme définit les objectifs et les contenus de la formation susvisée et propose –ainsi que le prévoit l'article 27 § 5 du **Décret du 24 juillet 97 sur les « missions » de l'école**- des orientations méthodologiques et des exemples de situations d'apprentissage.
Il s'inscrit aussi dans la perspective d'un enseignement axé sur l'acquisition de compétences et respecte en cela l'article 6 du même décret qui stipule :

« La Communauté française, pour l'enseignement qu'elle organise, et tout pouvoir organisateur pour l'enseignement subventionné, poursuivent simultanément et sans hiérarchie les objectifs suivants :

1. *promouvoir la confiance en soi et le développement de la personne de chacun des élèves ;*
2. *amener tous les élèves à s'approprier des savoirs et à acquérir des compétences qui les rendent aptes à apprendre toute leur vie et à prendre une place active dans la vie économique, sociale et culturelle ;*
3. *préparer tous les élèves à être des citoyens responsables, capables de contribuer au développement d'une société démocratique, solidaire, pluraliste et ouverte aux autres cultures ;*
4. *assurer à tous les élèves des chances égales d'émancipation sociale. »*

Plus particulièrement, à l'égard des humanités professionnelles et techniques, le même décret prévoit en son article 39 *que le Gouvernement détermine sur proposition du Conseil général de concertation pour l'enseignement secondaire les* ***profils de formation*** *et les soumet à la confirmation du Parlement*. L'article 40 indique enfin *que* ***les profils de formation*** *sont en relation avec les* ***profils de qualification*** *définis par la* ***C****ommission* ***C****ommunautaire des* ***P****rofessions et* ***Q****ualifications* **(C.C.P.Q**.)*, les profils de qualification décrivant les activités et les compétences exercées par des travailleurs accomplis tels qu'ils se trouvent dans l'entreprise.*

La **C.C.P.Q**. réunit des groupes de travail composés de professionnels des divers métiers concernés et de représentants des réseaux d'enseignement afin de déterminer les compétences et les savoirs nécessaires à l'exercice de la profession, en laissant le choix de l'approche méthodologique aux formateurs.
Pour l'Assistant(e) aux métiers de la publicité, cette commission a donc, dans un premier temps , déterminé le **profil de qualification** qui est constitué par l'ensemble des fonctions, des rôles et compétences qu'assure l'assistant qualifié. Cet ensemble intègre aussi des connaissances et des éléments de formation au travers de l'expérience professionnelle acquise « sur le tas », au cours de stages et de journées de perfectionnement qui débordent de la mission spécifique que l'école est en devoir d'assurer.
Ce dernier référentiel de compétences, de savoirs et de savoir-faire constitue le **profil de formation** sur lequel doit porter la certification.
Le profil de formation de l'Assistant(e) aux métiers de la publicité élaboré par la C.C.P.Q. a été approuvé par le Conseil général de Concertation (inter-réseaux) puis a été successivement fixé par le Gouvernement et confirmé par le Parlement de la Communauté française. Ce référentiel s'impose, dès lors, à tous les réseaux d'enseignement.
Le présent **programme,** élaboré sous la contrainte et dans le respect de ce profil de formation, vise à tirer bénéfice intégral du travail d'analyse auquel la C.C.P.Q. a procédé. Il reclasse les compétences et savoirs en unités rationnelles de cours, suggère des réflexions d'ordre méthodologique et précise au plan de certains contenus théoriques les intentions générales incluses dans le profil de formation.

Il laisse aussi à l'enseignant – ou, plutôt aux équipes d'enseignants**,** car on ne conçoit guère que la mise en œuvre d'un tel programme soit le fait

d'intervenants s'ignorant les uns les autres – une certaine liberté pédagogique en exigeant toutefois une perpétuelle adaptation à l'évolution du métier et des techniques.
Cette disponibilité au changement constitue une mission essentielle que l'école d'aujourd'hui doit installer et qui dépasse sans doute en importance l'énumération des savoirs et savoir-faire requis par l'exercice de la profession.
Comme dans tout enseignement professionnel, ce programme a aussi pour objectif de permettre aux élèves d'atteindre un niveau élevé de qualification, tout en maintenant la possibilité d'accéder à l'enseignement supérieur par le biais d'une 7ème année.

Cette formation, qui s'inscrit en parallèle avec l'autre option du 3e degré professionnel « Assistant en décoration », peut, tout comme elle, être la suite logique – même si elle n'est pas exclusive - de l'Option de base groupée du 2e degré de l'enseignement professionnel « **Arts appliqués** » On se réfèrera donc au récent programme de cette Option (n° 223/2003/249), pour établir la continuité avec les contenus des différents cours de la présente formation.

2.GRILLE HORAIRE :

Groupe 61 :Arts décoratifs

Option 6116 : Assistant aux métiers de la publicité

Code :	Cours :	Périodes :	5e	6e
Formation technique de base :				
1159	**Connaissance de gestion**		**1**	**2**
Formation technique orientée :				
0056	**Analyse et esthétique du message publicitaire**		**2**	**2**
1268	**Dessin à conception publicitaire**		**4**	**4**
1320	**Dessin technique-Lecture de plans**		**2**	**1**
Formation technique de qualification professionnelle :				
4329	**Technologie publicitaire**		**2**	**2**
2684	**Sérigraphie**		**2**	**2**
2778	**Typographie**		**1**	**1**
1705	**Infographie**		**5**	**5**
Travaux pratiques et méthodes :				
3334	**T.P. Publicité**		**6**	**6**
		Total :	**25**	**25**

3.OBJECTIFS GENERAUX DE LA FORMATION

3.1. LA DESCRIPTION DU METIER

Il apparaît opportun de rappeler le champ d'action et de compétences visé par le présent programme, qui, comme dit plus haut, se base sur le Profil de qualification, lequel, dans sa **description du métier de l'Assistant aux métiers de la publicité**, dit ceci :

Il n'existe pas un métier de la publicité mais divers métiers correspondant à des choix techniques ou des étapes de réalisation d'un *produit* destiné à la communication.

Le présent profil de formation est centré sur la réalisation concrète de ce *produit*, quel qu'en soit le support (impression papier, textile, plastique, métal, bois, etc. ; mise en place d'un étalage ; réalisation d'emballages ; mise en place d'images 3D, etc.)

Tous ces métiers, chargés de matérialiser un concept, un projet, une idée, sont voisins par leurs grandes fonctions de travail, par les activités permettant d'assurer ces fonctions et, surtout, par les compétences qu'ils mobilisent. Que ces métiers s'exercent au sein de petites sociétés sous-traitantes ou au titre d'indépendant(e)s, ils mobilisent tous de multiples techniques: lettrage, sérigraphie, mise en page, image virtuelle, impression, mise en place d'étalages ou de stands, réalisation d'emballages spéciaux, etc. L'*Assistant aux métiers de la publicité* doit pouvoir mettre en œuvre plusieurs de ces techniques de manière à concrétiser un projet de communication publicitaire selon les directives reçues.

Les sept premières **fonctions** décrites dans le présent profil de formation (voir tableau ci-dessous) sont communes aux métiers répertoriés. Elles ont été traitées séparément de façon à éviter des répétitions fastidieuses.
La suite du profil (fonction 8) distingue les fonctions, activités et compétences spécifiques à chaque métier identifié. Ceux-ci sont classés en deux grands types :

Métiers de la 2D

Maquettiste, metteur au net ;
Lettreur ;
Sérigraphe ;
Opérateur en services graphiques.

Métiers de la 3D

Réalisateur de lieux de présentation publicitaire (stands d'exposition, vitrines, PLV)
Réalisateur d'emballages (packaging)

3.2. LES FONCTIONS :

Fonction 01 : Recevoir une commande de réalisation graphique de communication

Fonction 02 : Etablir le cahier des charges (espace et support de communication, charte graphique, media, techniques à mettre en œuvre, couleurs, etc…)

Fonction 03 : Produire des avant-projets (2D, 4D) conformes à l'identité visuelle souhaitée par le client

Fonction 04 : Traiter le rédactionnel en liaison avec le visuel

Fonction 05 : Opérer un choix parmi les avant-projets en vue de réaliser les maquettes de présentation

Fonction 06 : S'intégrer dans le milieu professionnel

Fonction 07 : Appliquer les normes de sécurité et d'hygiène

Fonction 08 : Assurer une production (mise au net, lettrage, sérigraphie, services graphiques divers, packaging, réalisation d'espaces publicitaires)

3.3. LES COMPETENCES A MAÎTRISER ET/OU A EXERCER :

Le présent document reprend en les reclassant sous des intitulés globaux (**cours**) toutes les compétences, tous les savoirs et savoir-faire repris au profil de formation sous le critère « **compétences à maîtriser** » (**C.M**.), correspondant aux fonctions énumérées ci-dessus **et qui sont donc les seules à évaluer en fin de formation.**

Il suggère toutefois l'intérêt d'exercer des compétences classées **C.E.F**. et/ou **C.E.P**. : *compétences à exercer mais dont la maîtrise ne peut être certifiée à l'issue de l'épreuve de qualification, soit parce qu'elle ne sera acquise qu'après une formation ultérieure (CEF), soit parce qu'elle ne peut être acquise qu'au cours de l'activité professionnelle elle-même (CEP) ou en stage* ; elles seront indiquées ***en italique*** dans les tableaux apparaissant dans le descriptif des cours.

4. ORIENTATIONS METHODOLOGIQUES GENERALES :

4.1. CONCEPTION GENERALE

La formation de l'Assistant aux métiers de la publicité résulte d'un projet global impliquant :

A. la pratique du travail en équipe qui doit impérativement s'articuler sur les axes suivants :

- mise au point collective et à tout le moins semestrielle des objectifs poursuivis, des exercices proposés avec répartition des responsabilités de chacun ;
- intrication des aspects théoriques, techniques et pratiques ;
- interdisciplinarité des projets ;
- évaluation collective des travaux sur base des objectifs et des contraintes définis au départ et dont l'élève doit avoir connaissance.

B. La disponibilité à l'évolution du métier.

Celle-ci se déploiera sous les aspects complémentaires de :

- La constitution d'une bonne documentation personnelle et collective ;

- La visite de salons professionnels et de studios performants ;
- La consultation régulière de revues spécialisées et d'Internet ;
- La recherche de stages d'insertion professionnelle en milieux soigneusement sélectionnés pour leurs possibilités d'apprentissage

4.2. LES ARTICULATIONS ENTRE LES COURS

La volontaire insistance apportée ci-dessus à une gestion collégiale du processus éducatif doit encore être précisée par des exemples :

- La collaboration entre les responsables des cours de **Connaissance de gestion** et les titulaires de la plupart des autres cours –et notamment de Travaux pratiques de publicité -est requise en ce qui concerne la mise au point de cahiers de charges, de bons de commande et d'offre à la clientèle.
- La constitution d'une **documentation technique** dont la consultation peut s'avérer nécessaire à tout instant doit impliquer **tous les professeurs** et particulièrement ceux qui sont chargés des cours de Technologie et de Travaux pratiques de publicité.
- Les **relations** entre les différents cours sont évidentes et croisées.

On peut en effet considérer que les cours axés sur des pratiques, soit prépareront la systématisation, soit rappelleront en cours de travail des notions théoriques qu'on ne peut jamais estimer totalement fixées.

- La nature des **apprentissages** implique de **leur donner du sens** . La **pédagogie du projet** articulée sur des objectifs concrets, directement en phase avec les pratiques professionnelles est vivement recommandée à la condition de garder constamment à l'esprit l'ensemble des compétences à installer.
- Pour pallier la difficulté constituée par le manque de synchronisation entre théorie et pratique et pour éviter qu'au sein même de l'équipe professorale se constitue un fossé entre un spécialiste chargé des aspects théoriques et des collègues travaillant la pratique du métier, il est recommandé aux chefs

d'établissement de régler les **attributions** en sorte que tous les enseignants se partagent des responsabilités en ces matières complémentaires. Il serait bon également que les **horaires** soient aménagés de manière à permettre aux enseignants de se rencontrer régulièrement pour échanger des informations et mettre au point leur stratégie commune.

- La liaison nécessaire théorie-pratique s'accommode parfois mal d'un strict découpage horaire (notamment dans le cas d'une mise en œuvre centrée autour d'un projet).

Au sein d'un corps professoral travaillant en équipe, – la pratique en est d'ailleurs courante –il n'y a pas d'inconvénient majeur à **désenclaver les disciplines**. Avec l'accord des enseignants concernés ou à l'intérieur de la charge d'un professeur, des élèves peuvent avantageusement prolonger un cours de travaux pratiques (par exemple pour des raisons liées au projet, au matériel, au temps de séchage ou aux locaux disponibles) au détriment d'un temps normalement consacré à un autre cours. **Il convient alors de compenser à un autre moment.**

- Une attention particulière sera accordée à l'acquisition du **vocabulaire technique et professionnel** de base. Dans cet esprit, l'enseignant veillera à la précision et à la pertinence de son propre vocabulaire.

4.3.LES PREREQUIS

En principe, les élèves abordant la 5ème année professionnelle « Assistant aux métiers de la publicité » devraient posséder un ensemble de compétences permettant au professeur d'y asseoir son enseignement. Dans les faits, il en va hélas souvent autrement, soit que l'élève ne maîtrise pas

ce qu'il a vu au 2ème degré « Arts appliqués », soit parce qu'issu d'une autre OBG, il ne connaît pas les indispensables prérequis. Un « état des lieux » objectif et une éventuelle remise à niveau sérieuse s'imposent donc en début de cinquième.

4.4. ENSEIGNER A L'AIDE DE SITUATIONS PROBLEMES

Le projet « *Ecole/compétence/entreprise* » définit de manière claire et pertinente ce qu'est une situation-problème et envisage comment les élaborer. Les notes ci-après qui lui sont empruntées devraient servir de base de réflexion à la préparation des leçons.

4.4.1. QU'EST-CE QU'UNE SITUATION-PROBLEME ?

La situation-problème est
- un moyen d'apprentissage et non le résultat ;
- une stratégie d'enseignement qui favorise l'engagement des élèves et permet la construction des savoirs.

La situation problème est **une tâche globale, complexe et signifiante.**
Elle est complète, c'est-à-dire qu'elle a un contexte, des données initiales et qu'elle contient un but.
Elle requiert plus d'une action, plus d'une procédure ou plus d'une opération à faire.
Elle pourrait être décomposée en plusieurs parties ou éléments.
Elle peut toucher à plusieurs objectifs du programme.
Elle fait appel à des connaissances multiples et de plusieurs types ; la solution n'est pas évidente.
Elle présente un défi à la portée de l'élève (réaliste et réalisable).

4.4.2. LES CARACTERISTIQUES D'UNE SITUATION-PROBLEME

- Elle contient **des données initiales** qui précisent le contexte de la situation et qui sont utiles pour résoudre le problème.
- Il y a **un but à atteindre** (différent de l'objectif d'enseignement) qui donne un sens à la mobilisation et à l'organisation des connaissances.
- Il y a des **contraintes ou des obstacles à surmonter** qui exigent une réorganisation des connaissances antérieures et qui amènent l'élève à trouver d'autres moyens, donc à faire des apprentissages.
- La démarche et la solution **ne sont pas évidentes** ; la personne doit faire une recherche cognitive active pour savoir comment procéder.

4.4.3. LES AVANTAGES DE LA SITUATION-PROBLEME

- Elle permet aux élèves de faire de réels apprentissages en les plaçant au cœur du processus d'apprentissage.
- Elle sollicite l'engagement des élèves ; ils deviennent davantage acteurs puisqu'ils utilisent leur intelligence.

4.4.4 QUESTIONS A POSER AVANT L'ELABORATION D'UNE SITUATION-PROBLEME.

A. Quel est mon objectif ? Que veux-je faire acquérir à l'apprenant qui représente pour lui un palier de progression important ?

B. Quelle tâche puis-je proposer qui requiert, pour être menée à bien, l'accès à cet objectif (communication, reconstitution, énigme, réparation, résolution, etc.) ?
C. Quel dispositif dois-je mettre en place pour que l'activité mentale permette, en réalisant la tâche, l'accès à l'objectif ?
Quels matériaux, documents, outils dois-je réunir ?
Quelles contraintes faut-il introduire pour empêcher les sujets de contourner l'apprentissage ?
D. Quelles activités puis-je proposer qui permettent de négocier le dispositif selon diverses stratégies ? Comment varier les outils, démarches, degré de guidage, modalités de regroupement ?

4.5. LES HABITUDES PROFESSIONNELLES

L'analyse du profil de formation impose de **structurer toute séquence d'enseignement sur des impératifs rigoureusement professionnels.**
Ceux-ci visent notamment :
1. Les contraintes formelles : respect des demandes du client
2. Les contraintes techniques
3. Les contraintes financières : limitation éventuelle des moyens ; économie des matières et de la main d'œuvre, etc.
4. Les exigences de maintenance : outre l'élémentaire respect civique, social et moral du matériel collectif, celui-ci doit être inventorié, remisé et régulièrement entretenu.

Ces différents impératifs contribuent à définir le projet et/ou l'exercice. Ils interviennent forcément lors de l'évaluation.

4.5.1.SECURITE ET HYGIENE

Le respect des règles élémentaires de sécurité (en matière électrique, de maniement et de stockage des produits), d'hygiène et environnementales doit non seulement se traduire dans les faits et les habitudes mais faire l'objet de réflexions ponctuelles. Le professeur saisira donc toute occasion propice à cet effet.
Ces règles générales sont d'ailleurs rappelées régulièrement dans le périodique trimestriel édité par le Secrétariat général du Ministère de la Communauté française et intitulé : « **Sécurité et bien-être** ».

4.5.2.DROITS D'AUTEUR :

Les enseignants veilleront à respecter eux-mêmes et à faire respecter par leurs élèves les prescriptions légales en matière de droits d'auteur, tant dans l'utilisation didactique habituelle de documents privés (reproductions, fichiers numériques,…), que pour l'intégration dans des créations personnelles susceptibles d'être diffusées à l'extérieur de l'école (**loi du 30/06/1994** relative aux droits d'auteur et aux droits voisins).

4.5.3.TRAVAUX POUR TIERS :

On veillera aussi à respecter , dans ce domaine et le cas échéant, la réglementation prévue par **l'Arrêté royal du 12 février 1976** fixant les conditions auxquelles les objets produits ou les services rendus par un établissement d'enseignement peuvent être aliénés ou loués.

4.5.4.ACTIVITES EXTRA-MUROS :

Il conviendra enfin de se référer systématiquement à la **Circulaire n° I/ID/PG/AP/08.98** de la Direction générale de l'Enseignement obligatoire relative aux classes de dépaysement et de découverte, en Belgique ou à l'étranger, ainsi qu'aux activités extérieures à l'établissement organisées dans le cadre des programmes d'études, lors de telles sorties, à programmer dans les délais fixés et fortement conseillées pour autant qu'elles aient été bien préparées et assorties d'un *feedback* profitable pour l'élève.

4.5.5. LES STAGES EN ENTREPRISE (INSERTION PROFESSIONNELLE) :

Comme dans tout enseignement professionnel, certaines compétences pourront être évaluées au travers d'un stage en entreprise –dont la forme et l'organisation dépendent du projet d'établissement.

L'importance de ces stages mérite d'être soulignée. Outre qu'ils complètent la formation assurée par l'école par l'exercice renforcé de certaines compétences, il s'avère, en effet, que ces séquences de la vie scolaire contribuent :

- à augmenter la maturité, l'efficacité et la productivité dans le travail ;
- à concrétiser leurs apprentissages ;
- à mettre l'élève en contact avec des technologies que l'école n'a en général ni les moyens de posséder, ni le temps de développer ;
- à socialiser davantage l'élève par contact avec le monde adulte hors contexte scolaire ;
- à permettre à l'élève une interaction entre les milieux scolaire et professionnel ;
- parfois même à assurer de l'emploi au stagiaire à l'issue de ses études.

Dans ces perspectives, il est recommandé

- d'être particulièrement attentif à **l'intérêt éducatif présenté par l'entreprise accueillante :**
  -qualité, disponibilité, compétence, puissance psychologique du tuteur ;
  -intérêt, technicité et nouveauté du travail pour l'élève ;
  -variété des tâches à l'intérieur d'un même stage ou entre les différents stages effectués par l'étudiant, etc.) ;
- de laisser à l'élève le soin de **prendre tous les contacts préalables** (situation du demandeur d'emploi) et d'effectuer toutes les démarches qui accompagnent le stage ;
- de **visiter régulièrement les élèves** en cours de stage et de recourir à des procédures rigoureuses d'évaluation formative (carnet de stage, auto-évaluation, rédaction de rapports, relevé des acquis, échange des expériences, etc.).

La tutelle et le suivi des stages sont idéalement collectifs (de même que la mise au point des épreuves de certification et/ou de qualification).

4.6.L'EVALUATION

Complément indispensable de l'apprentissage dans l'optique d'un bilan et d'une adaptation éventuelle de la stratégie et des moyens utilisés, l'évaluation peut se faire essentiellement de deux façons : une évaluation sommative, voire certificative, obligatoire à certains moments, mais surtout une évaluation formative, beaucoup plus productive en général et qui devrait être quasi permanente .

4.6.1.L'évaluation sommative :

Elle permet à l'élève, mais aussi à l'enseignant, à l'institution, aux parents, de mesurer par le biais d'une note, chiffrée ou pas, le degré de réussite correspondant à des critères précis de contenu, de conditions matérielles, de forme et de temps fixés au préalable et connus de tous.
Elle ne doit jamais être une appréciation sur la personne mais sur la performance réalisée, en ce compris l'originalité de la solution, si elle était spécifiée.
Elle sera nécessairement certificative en fin de 6e année.

4.6.2.L'évaluation formative :

Elle permet à l'élève de se situer par rapport à un effort à fournir, à une attitude à adopter face au travail, à la difficulté, de constater ses progrès ou sa régression, son dynamisme, sa gestion du temps, sa bonne compréhension des consignes,…
Elle sera de préférence bienveillante, individualisée quoique impartiale et toujours assortie de conseils pratiques en vue de l'amélioration souhaitée.
Ainsi conçue par le professeur et perçue par l'élève, l'évaluation est elle-même un facteur de réussite, d'autonomie et donc de développement harmonieux de la personne.

4.7.LES MOYENS

L'organisation d'une OBG professionnelle « Assistant/Assistante aux métiers de la publicité postule la nécessité de disposer :

- d'un atelier suffisamment spacieux et d'une classe pourvue de tables (à dessin), d'ordinateurs (un par élève), d'imprimantes de scanners, d'une table lumineuse, d'appareils de prise de vues et/ou de son, de projection,… ;
- de surfaces de travail (verticales et horizontales) pour les travaux en grand format ;
- d'un outillage électrique minimal : perceuse-visseuse, scie circulaire, ponceuse, poste à souder,… ;
- d'un outillage ordinaire de menuiserie, de peinture, de découpage, d'assemblage… ;
- du matériel minimal d'initiation à la sérigraphie (charnière manuelle, écrans, matériel d'insolation, de tirage et de dégravage)
- d'une ou deux escabelles, de tréteaux, d'armoires de rangement, de « coins-vitrines », de spots….

Le professeur veillera au rangement efficace du matériel et du local, à l'entretien et à la gestion de ce matériel ainsi que des consommables nécessaires ; il initiera aussi les élèves à ces obligations.
Les locaux seront aussi aménagés en vue d'un usage optimal suivant les types d'activités qui doivent s'y dérouler (individuelles ou par groupes, propres ou salissantes,…).

Un « **règlement d'atelier** » peut également être affiché en bonne place.

Des espaces (muraux ou autres) seront prévus pour l'exposition de **travaux d'élèves** ou de documents de référence.
Des traces des travaux d'élèves et des notes de cours seront conservées dans les locaux en vue de l'**homologation** ou d'une inspection éventuelle.

Le professeur aura aussi à cœur de disposer constamment d'une **documentation** –technique comme artistique- adaptée et mise à jour.

5. DESCRIPTIF DES COURS

5.1. CONNAISSANCE DE GESTION

Le programme de connaissance de gestion du troisième degré des enseignements technique de qualification et professionnel est défini dans le **document référencé 7/5860 à l'AGERS**.

5.2. ANALYSE ET ESTHETIQUE DU MESSAGE PUBLICITAIRE

5.2.1. OBJECTIFS GENERAUX :

-Connaître les processus de communication en général.
-Percevoir et analyser les mécanismes de manipulation utilisés couramment par les médias publicitaires, et leurs conséquences –conscientes ou inconscientes- sur nos comportements.
-Favoriser la créativité et la recherche d'idées.
-Préparer ses propres réalisations en fonction du but poursuivi.

5.2.2. INDICATIONS METHODOLOGIQUES :

-Chaque élément théorique devra être illustré par des exemples concrets (images, diapositives, vidéo, CD- rom, Internet,...)
-L'étude et l'analyse des œuvres de grands publicistes pourront être utilisées comme point de départ de la mise en application d'un critère de création ou de conception de projets dans les autres cours.

-Réaliser des exercices individuels et/ou de groupe au départ d'une grille d'analyse qui énumère les critères et méthodes d'investigation des messages publicitaires.
-Favoriser l'échange en organisant des critiques collectives où chacun peut apporter une opinion personnelle, un exemple ou une expérience.

5.2.3. COMPETENCES ET CONTENUS D'APPRENTISSAGE:

Fonction 01 : Recevoir une commande de réalisation graphique de communication

1.4 Identifier le contexte de la commande de communication (historique, économique, financier…) : Qui commande ? Pour quoi ?

COMPETENCES DU (DES) P.Q. COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS *(SAVOIR-FAIRE)*	CONTENUS ASSOCIES *(SAVOIRS)*		INDICATEURS DE MAITRISE DE COMPETENCES
1.4.1 Repérer les codes esthétiques, socio-culturels et historiques du commanditaire	▪ Identifier et analyser les différents médias publicitaires: journaux, revues, affiches, « toutes boites »,	▪ Les processus de communication en général (schéma de Jakobson…).	CM	L'apprenant(e) analyse des messages graphiques selon une méthode structurée permettant :

	annonces radio, spots TV, prospectus d'entreprise,…. ▪ Connaître la stratégie et les moyens d'une campagne publicitaire. ▪ Analyser des productions à partir d'axes complémentaires et en déduire des règles.	▪ La dénotation et la connotation des images et des sons (hiérarchie de lecture, contenu explicite ou implicite, double sens) ; ▪ l'aspect technique et l'aspect esthétique de la réalisation ; ▪ le volet communication et/ou expression dans le chef de l'auteur : ▪ le choix et la symbolique des couleurs, des termes, des sonorisations, ▪ la typographie utilisée, ▪ la composition de l'image (lignes de force, dynamique, équilibre ou déséquilibre…), ▪ la sémiologie et la sémantique de l'image, ▪ les figures de rhétorique, ▪ le contenu et la syntaxe du message : la marque, le slogan, la cible, la promesse, l'accroche….		▪ de dégager les significations (explicites, implicites), ▪ de cerner les interactions sémantiques des éléments d'une communication graphique.
1.4.2 Analyser les interactions rédactionnelles / visuelles dans la construction de significations symboliques.	▪ Identifier le support de communication, la charte graphique à respecter, les techniques à mettre en œuvre, les couleurs.		CM	

<u>Fonction 04</u> : Traiter le rédactionnel en liaison avec le visuel

4.1 Faire une lecture analytique du rédactionnel.

4.1.1.Vérifier et tester la clarté et la pertinence du rédactionnel.			*CEF / CEP*	

4.1.2 Vérifier la proportion du rédactionnel par rapport au support.	▪ Equilibrer les masses en fonction de la commande .		CM	

4.2 Etablir la hiérarchisation de perception des éléments du message.

4.2.1. Identifier les éléments à mettre en évidence (p.e. nature et lieu d'une manifestation, dates, plages horaires)	▪ Connaître les mécanismes de la publicité	▪ Hiérarchisation et association des polices (grandeur et corps).	CM	
4.2.2. Choisir une traduction graphique de ces éléments.		▪ Cohérence graphique et sémantique du message.	CM	

4.4. Sélectionner et agencer les couleurs.

4.4.1. Associer une couleur à un effet psychologique (création d'ambiances).	▪ Analyser les facteurs créateurs d'ambiances particulières.	▪ Le code des couleurs : signification, symbolisme.	CM	L'apprenant(e) associe aux tendances actuelles et à sa propre sensibilité les principes théoriques relatifs aux couleurs.
4.4.2 Percevoir comment une couleur (ou un ensemble de couleurs) contribue à la création d'effets.		▪ Les effets particuliers dus aux types d'harmonie : le camaïeu, le ton sur ton, les différents contrastes, …	CM	

<u>Fonction 06</u> : S'intégrer dans le milieu professionnel

6.2 Actualiser ses informations.

6.2.2 Se tenir au courant des évolutions de la profession, des matériels, des produits, de l'actualité, des mouvements artistiques en vogue, etc…	▪ Acquérir une culture publicitaire	▪ Constitution d'un répertoire d'adresses, de documentation spécifique, d'illustrations. ▪ Historique de la publicité en Belgique et dans le monde (grands noms, agences,…).	CM	

<u>5.2.4. EXEMPLES DE SITUATIONS D'APPRENTISSAGE :</u>

-Visite de musées, d'expositions précédant le travail d'analyse ou l'acquisition d'une notion.
-Analyser la campagne publicitaire d'une grande firme…

5.3. DESSIN A CONCEPTION PUBLICITAIRE

5.3.1. OBJECTIFS GENERAUX :

Il faut d'abord tenir compte de ce que des élèves qui ne sont pas passés par un second degré « Arts appliqués » ou éventuellement « Techniques artistiques » débarquent en 5ème année en imposant d'indispensables **remises à niveau,** surtout dans le domaine du dessin en général.
Indépendamment des difficultés, il s'imposera dans une perspective professionnelle de conférer au cours de dessin une **orientation pratique** aussi liée que possible aux objectifs de formation et aux exigences du métier d'assistant aux métier de la publicité **.** Le dessin **visant essentiellement la communication** prendra le pas sur le dessin comme lieu d'expression de l'individu (objectif le plus souvent avoué des cours de dessin artistique à vocation générale).

Dans cet esprit, le professeur privilégiera :

• la compréhension et l'acquisition des systèmes de représentation (perspectives diverses) :
-maîtriser l'usage de la perspective classique afin de figurer sur un plan les éléments observés du monde extérieur ;
-restituer de la même manière mais de mémoire des éléments ayant fait l'objet d'une observation dirigée ;

• la maîtrise du croquis et de la schématisation appliquée à l'illustration, aux *« roughs »* et au *lay-out :*
Exprimer correctement des éléments imaginaires servant de base à une représentation.

• la maîtrise de quelques techniques particulièrement adaptées à la communication graphique :
Expérimenter et acquérir une pratique correcte de techniques classiques et, très particulièrement de celles qui sont les plus courantes dans le domaine de l'illustration et du *lay-out*.

5.3.2. INDICATIONS METHODOLOGIQUES :

La nécessité d'un **enseignement progressif** et structuré allant du simple au plus complexe s'impose. Cet enseignement classique implique le recours systématique à l'observation, à la prise de conscience des lois et principes de la perspective ainsi qu'à l'évaluation de leur acquisition.
Cette conquête devra être clairement motivée au regard des objectifs professionnels. L'accent sera, en fin de compte, mis sur la capacité à dessiner et à exprimer de mémoire ou d'imagination une réalité qui n'est pas nécessairement présente aux yeux de l'exécutant.
Les informations d'ordre technologique sont intégrées à la pratique. On ne recourra pas à l'échantillonnage, à des essais dépourvus de motivation ou à des approches purement techniques au bénéfice de mises en situation , de petites démonstrations et d'une analyse critique des résultats.

5.3.3. COMPETENCES ET CONTENUS D'APPRENTISSAGE:

Fonction 01 : Recevoir une commande de réalisation graphique de communication

1.1.Recueillir et analyser les données d'une commande

COMPETENCES DU (DES) P.Q. COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS *(SAVOIR-FAIRE)*	CONTENUS ASSOCIES *(SAVOIRS)*		INDICATEURS DE MAITRISE DE COMPETENCES
1.1.1.Identifier, dans une commande, les données : ▪ objectives, ▪ subjectives, ▪ esthétiques.	▪ Savoir lire et comprendre un cahier des charges et/ou la charte graphique.	• Les éléments qui composent le cahier des charges et/ou la charte graphique.	CM	Dans un projet simple de réalisation graphique, l'apprenant(e) établit correctement un document classant les données relatives : ▪ au produit à réaliser, ▪ à sa destination, ▪ à l'intention à exprimer, ▪ aux contraintes à respecter. Il (elle) identifie les éléments constitutifs d'une charte graphique.

Fonction 03 : Produire des avant-projets (2D, 3D) conformes à l'identité visuelle souhaitée par le client

3.1.Dessiner des avant-projets de signes graphiques (pictogrammes, symboles, emblèmes, logotypes, signes, lettres, sigles, croquis, etc…

3.1.1.Effectuer des recherches (manuelles, informatiques) de signes graphiques.	▪ Connaître ou rechercher et exploiter les sources adéquates. ▪ Utiliser des techniques de capture et/ou de reproduction de signes graphiques.	• Les banques de données existantes. • Le croquis, l'esquisse, le décalquage; la photocopie, l'usage de l'imprimante.	CM	L'apprenant(e) se constitue une banque d'images sur les thèmes qu'il doit traiter.

3.1.2.Appliquer les différentes techniques de représentations (perspectives, croquis d'observation, schématisations, représentations tridimensionnelles, etc…	▪ Maîtriser le croquis d'observation ▪ Connaître et appliquer les principes des perspectives d'observation à un, deux et/ou 3 points de fuite ▪ Transposer du volume au plan et inversement.	▪ Observation des structures , des formes, des proportions, des composants, des textures, des valeurs, des couleurs, des motifs décoratifs, des effets d'ombre et de lumière et de la déformation perspective des modèles (objets, personnages, animaux , rues, constructions, voitures, végétation, paysages,…). ▪ Le point de vue, ligne d'horizon, point de fuite central ou points latéraux, fuyantes horizontales ou obliques, perspective plongeante ou plafonnante, division égale des hauteurs, largeurs et profondeurs.	CM	-A partir de modèles observés ou décrits, de consignes quant aux principaux éléments d'un projet, l'apprenant(e) • trace diverses projections d'un objet, • réalise des dessins en perspective, • réalise, au moyen des techniques courantes de dessin, des croquis épurés de signes graphiques. Les représentations sont conformes aux modèles (proportion, caractère et formes, consignes quant au point d'observation).
3.1.3.Exploiter les techniques classiques (main levée, aquarelle, gouache, encre de Chine, crayons, feutres, etc.) pour des dessins de reproduction et d'expression, à partir : -d'un modèle donné, -d'une description orale ou écrite, -des contraintes d'un cahier des charges.	▪ Maîtriser des techniques graphiques manuelles. ▪ Transposer l'observation. ▪ Transposer les formes observées sous un autre point de vue.	▪ Les techniques classiques de croquis ▪ Le dessin de mémoire. ▪ Le dessin d'illustration et/ou publicitaire. ▪ La modification de la réalité par le dessin, l'invention, l'interprétation, la stylisation.	CM	Les croquis traduisent graphiquement différentes textures, les couleurs, les contrastes et les effets d'ombre et de lumière.

3.2.Concevoir des images originales et/ou adapter des images existantes.

3.2.5.Sélectionner , adapter, modifier ou créer des signes graphiques propres à un projet.	▪ Maîtriser des techniques graphiques manuelles.	(Cf. :3.1.3.)	CM	L'apprenant(e) produit divers signes graphiques dont il commente les caractéristiques.
3.2.6 Exprimer un message en un pictogramme à partir de consignes.	▪ Transcrire synthétiquement un message par des signes graphiques	▪ Les qualités d'un pictogramme. ▪ L'analyse des signes existants (code de la route, services publics ou privés, etc…)	CM	Il respecte l'intention formelle d'un pictogramme.
3.2.7 Evaluer la lisibilité d'un signe.			CM	

<u>Fonction 04</u> : Traiter le rédactionnel en liaison avec le visuel

4.2 Etablir la hiérarchisation de perception des éléments du message.

4.2.1.Identifier les éléments à mettre en évidence (p.e. nature et lieu d'une manifestation, dates, plages horaires, etc…)	▪ Hiérarchiser les données en fonction du but.	(cf : 4.2.1. et 4.2.2., cours d'Analyse et esthétique du message publicitaire.)	CM	
4.2.2 Choisir une traduction graphique de ces éléments.	▪ Maîtriser les techniques graphiques. ▪ Utiliser les types de caractères en rapport avec l'intention**.**	• La copie ou la création de sigles, logos.(cf : 3.1.1.) • Le lettrage à la main (banderoles, vitrines, pancartes,…).(cf : 3.1.2.)	CM	

4.4 Sélectionner et agencer les couleurs.

4.4.1 Associer une couleur à un effet psychologique (création d'ambiances).	(cf : 4.4.1. et 4.4.2., cours d'Analyse et esthétique du message publicitaire.)	(cf : 4.4.1. et 4.4.2., cours d'Analyse et esthétique du message publicitaire.)	CM	L'apprenant(e) associe aux tendances actuelles et à sa propre sensibilité les principes théoriques relatifs aux couleurs.
4.4.2 Percevoir comment une couleur (ou un ensemble de couleurs) contribue à la création d'effets.	(idem)	(idem)	CM	
4.4.3 Traiter des rendus (lumière, ombres, contrastes, matières, effets de profondeur, etc…)	• Maîtriser les techniques graphiques adaptées. • Utiliser ou se constituer une banque de données d'effets de matières, de nuanciers.	• Les rendus spécifiques des matières à l'aide de différentes techniques (aquarelle, acrylique, crayon, photos, monotype,…).	CM	
4.4.4Résoudre des problèmes liés à l'effet de la lumière sur des surfaces de différentes textures.	• Analyser les causes et les effets particuliers de la lumière sur certains supports et les exploiter ou les corriger si nécessaire.	• Les effets de lumière (reflets, brillances,…).	CM	
4.4.5 Equilibrer l'expression de la forme, de la surface et de la couleur.		• Les facteurs d'expression . • Les facteurs d'équilibre.	CM	

4.5 Assembler les composants des avant-projets.

4.5.1 Identifier les principaux éléments de la communication visuelle.	• Connaître les éléments de la communication visuelle et leur valeur respective.	• Les acteurs, les moyens matériels, les facteurs positifs ou négatifs,…	CM	L'apprenant(e) ▪ intègre textes et graphiques dans une illustration, ▪ détermine le trajet visuel.
4.5.2 Déterminer l'organisation de la lecture des éléments (chemin de lecture).	• Agencer la composition en fonction de la hiérarchisation des éléments.	• Les types de composition. • Le chemin de lecture, les pôles d'attraction visuelle.	CM	

Fonction 5 :Opérer un choix parmi les avant-projets en vue de réaliser les maquettes de présentation.

5.1.Identifier, sous la responsabilité d'un directeur de projet, les propositions qui rencontrent le mieux les objectifs de communication.

5.1.1.Vérifier les caractéristiques du message (but, style, cadrage, complémentarité image/message).			*CEP/ CEF*	
5.1.2.Vérifier l'application des notions de psychologie de la perception (couleurs, formes, volumes, typographie, etc.)			*CEP/ CEF*	
5.1.3.Argumenter ses choix en fonction: *-du cahier des charges,* *-des objectifs de communication,* *-des choix esthétiques opérés.*			*CEP/ CEF*	

5.2.Tester la perception du chemin de lecture et affiner en conséquence les projets sélectionnés.

5.2.1.Appliquer une méthode d'analyse.			*CEP/ CEF*	

5.2.2.Identifier les limites de ses compétences et de ses responsabilités.			*CEP/ CEF*	

5.3.Participer à la sélection des projets à présenter au client. (CEP/CEF)

<u>Fonction 08</u> : Assurer une production (mise au net, lettrage, sérigraphie, services graphiques divers, packaging, réalisation d'espaces publicitaires)

8.3.Utiliser les outils graphiques.

8.3.1.Maîtriser les gestes professionnels.	• Répondre aux besoins réels du projet. • Maîtriser les techniques (actualisées) nécessaires.	• Les outils adéquats (sprays, films adhésifs, marqueurs lay-out,…). • Les procédés particuliers.	CM	L'apprenant utilise différentes techniques de dessin (cfr 3.1), identifie et met en œuvre les possibilités graphiques du DAO et du traitement d'images (tracés, dessins, couleurs, retouches, découpes, agrandissements et réductions, etc, …)

8.18 Effectuer des recherches relatives à la thématique retenue.

8.18.2 .Associer aux tendances de la mode divers matériaux et accessoires signifiants.	• Connaître et utiliser les techniques actuelles de présentation.	• Les techniques de mise en valeur des produits. • Le choix des accessoires, décors, ambiances, éclairages…	CM	L'apprenant(e) réalise divers projets d'un même concept publicitaire (étalage, présentoir, vitrine, véhicule, etc, ...)
8.18.3. Réaliser les effets psychologiques demandés par le client en utilisant les couleurs, le style graphique et les lettrages adéquats en fonction de la luminosité.	(Cf : 8.3.1.) • Réaliser des "panneaux d'ambiance" (mood board).	(Cf : 8.3.1.) • Ensemble d'éléments faisant intervenir les 5 sens (matières, couleurs, mots, odeurs, goûts,…) autour d'un thème.	CM	

<u>5.3.4. EXEMPLES DE SITUATIONS D'APPRENTISSAGE :</u>

- Refaire de mémoire une perspective déjà faite d'observation (vérification de l'acquis, fixation des lois de la perspective, entraînement au dessin conceptuel)
- Présenter une perspective d'objets visibles mais sous un point de vue différent de celui occupé par le spectateur.
- Créer un projet de T-shirt publicitaire pour un concert rock local ou une soirée cinéma.
- Réaliser des panneaux transportables (ou projets) pour meubler un stand publicitaire pour une section de l'école.

5.4.DESSIN TECHNIQUE - LECTURE DE PLANS

5.4.1.OBJECTIFS GENERAUX :

- **Réaliser des croquis cotés et des mises au net**

Représenter et coter rationnellement selon les conventions techniques en usage les éléments de mobilier et d'aménagement intérieur que l'Assistant aux métiers de la publicité est amené à organiser.

- **Interpréter les données d'un plan**

Permettre de déterminer les besoins en matériel au départ du plan (réunir les éléments d'un devis, prévoir la mise en place, etc.)
Permettre la mise au point d'une perspective ou la fabrication d'une maquette.

- **Réaliser des esquisses de plans d'aménagement**

Projeter la pensée sur le plan

- **Utiliser un logiciel de D.A.O.**

Utiliser correctement les fonctions de base d'un logiciel courant (D.A.O.) afin de traduire la pensée en plan et en perspective.

5.4.2.INDICATIONS METHODOLOGIQUES :

Remarque préliminaire :Certains contenus figurant au Profil de formation (et donc nécessairement présents au programme) apparaîtront parfois comme présentant **des redites** de ce qui a –pour certains élèves- été vu antérieurement.
Le professeur veillera à n'y consacrer que le strict temps nécessaire à leur fixation.

Il s'agit ici d'un chapitre important qui doit faire l'objet de multiples **situations problèmes** présentées **en ordre progressif**. Voir dans l'espace et lire le plan constituent des pierres d'achoppement particulièrement essentielles et difficiles.

Pour structurer le cours, on procèdera donc successivement

- à un relevé coté de formes planes (face d'une porte à panneaux et chambranles, face d'une armoire en bois, d'une barrière, plan d'un local, relevé d'une façade de magasin, d'une vitrine, etc.)
- à une initiation au mécanisme des trois vues au départ de volumes simples
- à des transformations de ces volumes (ajouts et retraits de manière à assurer la vision spatiale)
- à des repérages de points et de droites au sein de ces trois vues (et sur des perspectives progressivement plus complexes)

Le relevé se pratique à main libre (donc sans recours aux instruments de tracé) et sur feuille quadrillée.
Il fait application des vues classiques (plan, élévation et profil) et fait éventuellement appel pour des détails à des coupes et sections (cas simples).

La mise au net ne se conçoit pas sans l'existence soit d'un projet, soit d'un relevé. S'il n'est pas indispensable de procéder à la mise au net, l'esquisse

ou le relevé la précède donc **toujours.**
Bien que le dessin industriel soit très formateur par sa codification et sa progression dans la complexité, on lui préférera des applications plus en rapport avec le monde de la publicité: structures d'étalage, surfaces commerciales, etc.

A condition de ne pas y consacrer trop de temps, le recours à la maquette est didactiquement intéressant et recommandé. Il permet, en effet, le passage intuitif du plan à l'espace (et vice-versa). Il permet par ailleurs d'aborder certains problèmes de correction des volumes et d'ambiance liée à l'éclairage, par exemple. Il constitue enfin un moyen de persuasion efficace à l'égard du client.

Comme pour tout apprentissage informatique, il sera nécessaire de recourir à des séquences de formation frontales. C'est toutefois face aux situations-problèmes créées par la transposition des projets en D.A.O. que l'on installera profondément la compétence, aujourd'hui importante dans le métier.

5.4.3.COMPETENCES ET CONTENUS D'APPRENTISSAGE:

Fonction 01 : Recevoir une commande de réalisation graphique de communication

1.2 Repérer les données d'un plan d'aménagement d'un espace 3D (stand, vitrine, package).

COMPETENCES DU (DES) P.Q. COMPLETEES ET PRECISEES	**CONTENUS OPERATIONNELS** ***(SAVOIR-FAIRE)***	**CONTENUS ASSOCIES** ***(SAVOIRS)***		**INDICATEURS DE MAITRISE DE COMPETENCES**
1.2.1 Interpréter sur des plans d'aménagement : • les informations contenues dans les cartouches ; • les lignes conventionnelles ; • les symboles des principaux éléments de structure et des éléments techniques ; • les servitudes et les éléments intégrés ; • les conventions relatives aux mesures.	• Connaître les règles et les conventions du dessin technique : • Connaître les règles de cotation :	• Le mécanisme des trois vues ; choix et disposition ; • Les traits et les signes conventionnels (vu et caché,…) ;l'écriture normalisée ; • Les échelles et conventions normalisées ; • les cotes fonctionnelles, les cotes d'encombrement,… ;	CM	Dans le plan d'aménagement d'un espace 3D, l'apprenant(e) interprète correctement les données symboliques courantes.

1.3 Repérer sur un plan les éléments réels d'un espace.

1.3.1. *Identifier les différents types de panneaux, plafonds et planchers indiqués sur un plan d'aménagement.*			*CEP*	
1.3.2 Reconnaître les types de dessins en coupe utilisés.	• Connaître les conventions du dessin technique.	• Les coupes et sections ; les demi-coupes et les arrachements ;	CM	*Cfr 1.2.1*
1.3.3 Reconnaître les principaux éléments graphiques du dessin d'un objet, des matériaux et éléments utilisés.	(idem)	• Les symboles usuels des éléments (murs, cloisons, conduits, gaines, fenêtres, portes, sanitaires, cuisinières, mobilier, chauffage, etc.) et des matériaux (béton, pierre, bois, isolants…) • Les schémas d'installations électriques .	CM	
1.3.4 Reconnaître, dans un espace réel, les éléments architecturaux représentés sur un plan.	(idem)	• Les conventions générales du dessin d'architecture.	CM	L'apprenant(e) • transpose de la 3D au plan et inversement, • traduit une modification de la réalité 3D sur sa représentation en plan.
1.3.5 Visualiser en 3D à partir d'un plan	(idem)	• Les différents systèmes de représentation perspective (linéaire –méthode anglaise-, cavalière, axonométrique) et leurs règles . • La perspective des cercles et des polygones.	CM	

<u>Fonction 03</u> : Produire des avant-projets (2D, 3D) conformes à l'identité visuelle souhaitée par le client

3.1.Dessiner des avant-projets de signes graphiques (pictogrammes, symboles, emblèmes, logotypes, signes, lettres, sigles, croquis, etc…

3.1.2 Appliquer les différentes techniques de représentation. (perspectives, croquis d'observation, schématisations, représentations tridimensionnelles, etc…	• Connaître les méthodes de représentation libre ou codifiée. • Choisir les techniques et les outils les plus adaptés.	• La pratique du croquis coté à main levée (d'observation et/ou de création) . • Les techniques de rendu, de mise en valeur,…	CM	A partir de modèles observés ou décrits, de consignes quant aux principaux éléments d'un projet, l'apprenant(e) ▪ trace diverses projections d'un objet, ▪ réalise des dessins en perspective.
3.1.4 Exploiter les principales fonctions des logiciels DAO (images bitmap et vectorielles).	▪ Choisir et utiliser adéquatement les logiciels appropriés. • Réaliser des images bitmap et vectorielles	▪ Les fonctionnalités de base des logiciels de P.A.O et de D.A.O ▪ Les utilisations des boîtes à outils et des menus déroulants ▪ Les modes d'exploitation des combinaisons d'outils en rapport avec le résultat souhaité. ▪ Les caractéristiques du bitmap et du vectoriel.	CM	▪ L'apprenant(e) utilise les fonctions de base de logiciels DAO, PAO. ▪ Il maîtrise les barres d'outils et construit divers projets en respectant les consignes données, les composantes du travail à réaliser ou le lay-out.

<u>Fonction 08</u> : Assurer une production (mise au net, lettrage, sérigraphie, services graphiques divers, packaging, réalisation d'espaces publicitaires)

8.4. Réaliser une enseigne, un panneau publicitaire, une vitrine, une décoration publicitaire de véhicule, une bannière, ainsi que toute réalisation sur supports nouveaux répondant à des demandes futures.

8.4.1 Appliquer les techniques spécifiques (main levée, gabarits, D.A.O.)	• Utiliser rationnellement les instruments de tracé	• La pratique élémentaire du DAO : les fonctions et utilisations possibles des composants du système ; l'échelle appropriée ; • Les outils nécessaires à la réalisation d'un dessin contour ; • Le passage de la 2 à la 3D ; • La mise au net des projets ;	CM	L'apprenant(e) ▪ choisit une forme de réalisation conforme à la commande (peinture, autocollant, bloc lumineux, néon, découpe en bois, pierre, métal, plexi, caisse galbée, ondulée, rivée de véhicule, etc…) ; ▪ dispose harmonieusement le lettrage dans l'espace disponible ;

				▪ tient compte du support (verre, bois, métal, pierre, textile, plexi…) et de ses caractères (support plat, arrondi, lisse, granuleux, etc…) ; ▪ réalise une maquette ou produit un dessin à l'échelle du produit fini ; ▪ planifie la disposition et les dimensions du lettrage et trace les lignes guides appropriées ; ▪ trace l'esquisse des lettres.

8.16. Réaliser les calibres cotés (patrons) à l'échelle 1 x 1. Assurer la production (petites séries) et les finitions.

8.16.1. Appliquer les techniques de production (traçage, découpage, pliage, collage, etc.) et de finition.	• Connaître et maîtriser les techniques nécessaires à la réalisation.	• Les développements de volumes. • Les techniques de pliage et d'emballage. • Les techniques de découpage/collage. • Les techniques d'emboîtement. ▪ Les maquettes (choix de l'échelle, des matériaux et des systèmes de conception.	CM	L'apprenant(e) ▪ utilise correctement le matériel adéquat, ▪ place les accessoires, ▪ calcule des surfaces et des volumes, ▪ applique un plan de découpe « économique ».

5.4.4. EXEMPLES DE SITUATIONS D'APPRENTISSAGE :

- A partir d'un plan donné, de matériaux et de prix unitaires donnés, calculer les besoins et les coûts des matériaux à commander ;
- Réaliser le dessin perspectif puis la maquette d'un plan donné ;
- Introduire une modification d'aménagement et traduire celle-ci dans un plan existant ;
- Faire le relevé de locaux, d'un meuble, d'un assemblage, d'une implantation mobilière ou d'un étalage ;
- Concevoir le projet d'un stand publicitaire et en réaliser les dessins (à main levée) en plan, en élévation puis en perspective ; il met ensuite au net à la table et à l'aide des instruments classiques de dessin les esquisses qu'il a réalisées ; il transpose enfin les mêmes projets avec l'aide du DAO.

5.5.TECHNOLOGIE PUBLICITAIRE

5.5.1.OBJECTIFS GENERAUX :

Idéalement, le cours de technologie doit
- trouver **sa motivation et son prolongement** dans les autres cours à objectifs pratiques
- intégrer **le vocabulaire technique** correspondant aux pratiques (**lire et comprendre** un mode d'emploi)
- encourager **la recherche d'une documentation et d'échantillons** tout en incitant l'élève à tenter de nouvelles expériences
- porter attention à **la maintenance des outils** personnels et **respecter le matériel collectif** de travail.

Connaître les caractéristiques et l'emploi des différents supports usuels (papiers, cartons, bois, toile, etc.) , des produits (colles, solvants encres, couleurs) et outils (pinceaux , brosses) à utiliser.
Connaître les produits du commerce, leur caractéristique, leur conservation leur altération dans le temps, les produits de nettoyage.

5.5.2.INDICATIONS METHODOLOGIQUES :

Beaucoup d'enseignements d'ordre technologique sont indissociables du travail en atelier et -sous peine de se couper de l'intérêt des élèves- il ne faut pas vouloir tout expliquer par la théorie.
Soucieux de coller aux exigences du métier, on s'en tiendra à **l'étude des supports, des outils et des techniques les plus usuelles** pour lesquels il sera **nécessaire de disposer d'un matériel à montrer** et susceptible de servir à de petites démonstrations.

- Par-delà la part informative, le professeur décrivant l'histoire et la fabrication des papiers, cartons, bois et toiles, fera collecter des échantillons aussi variés que possible. Il les fera **classer et nommer** chaque fois que la chose s'avèrera possible.

- La fonction « support » du papier ou du carton se double d'une fonction « matériau ». Ceci implique une attention à des notions telles que pliage, découpage, collage, etc.

- Tous les contenus cités ci-dessous ne doivent pas nécessairement être abordés.

Ils doivent être considérés comme des **suggestions** que le professeur abordera selon les circonstances et l'intérêt rencontré. Les indicateurs de maîtrise cernent bien les objectifs prioritaires.

• L'expérience personnelle est irremplaçable. Après démonstration, le professeur fera appliquer ce qu'il enseigne. En multipliant les explorations on s'appropriera des moyens toujours susceptibles de favoriser l'enthousiasme et la créativité individuelle.

• L'enseignant se montrera soucieux de développer chez l'apprenant **le respect des règles d'hygiène et de sécurité** ainsi que **le respect de l'environnement** en matière de choix et manipulation de produits

5.5.3. COMPETENCES ET CONTENUS D'APPRENTISSAGE :

Fonction 06 : S'intégrer dans le milieu professionnel

6.2 Actualiser ses informations.

COMPETENCES DU (DES) P.Q. COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS *(SAVOIR-FAIRE)*	CONTENUS ASSOCIES *(SAVOIRS)*		INDICATEURS DE MAITRISE DE COMPETENCES
6.2.1.Classer tout document professionnel (revues, catalogues, etc…)	• Créer et utiliser une grille de classement.	• Les secteurs industriels • Les publics-cibles • les styles publicitaires,…	CM	L'apprenant gère et utilise adéquatement des sources d'information actualisées.
6.2.2.Se tenir au courant des évolutions de la profession, des matériels, des produits, de l'actualité, des mouvements artistiques en vogue, etc…	• Visiter différents secteurs (industriels et/ou publicitaires), des bureaux de tendances, des salons,… • Consulter de la documentation actualisée.	• Les catalogues des fabricants. • Les répertoires d'entreprises,…	CM	
6.2.3.Participer aux foires, expositions et salons professionnels.			*CEP*	

6.3 Choisir son outillage.

6.3.1 Identifier les usages spécifiques des différents outils.	• Les différents types de peintures :	• Les couleurs grasses et maigres • L'aspect (mat, satiné, brillant, transparent) • Le cercle chromatique et le nuancier • Les mélanges et les allonges • Le grand teint, l'imprimé, le décoloré • L'aquarelle, la gouache, l'acrylique, les couleurs à l'huile, les peintures vinyliques • Les pigments, les fixatifs • Les couches de préparation des supports (primaires)	CM	L'apprenant connaît les outils, procédés, matériaux nécessaires et les utilise correctement et à bon escient.
	• Les différentes sortes de colles :	• Les colles naturelles :les colles d'amidon(blé, maïs, riz), les colles animales à la gélatine (Totin, os, poisson) et à la caséine, les résines : gomme arabique, copal,… • Les colles synthétiques • Les colles repositionnables, les colles aérosols pour montage, les colles pelables, les colles plastiques, polyvinyliques, de contact, à deux composants (araldite), au cyannacrylate (super-glue), etc. • Le pistolet à colle, le bain-marie, colle de pâte, colle à tapisser, colle à chaud , etc.)		
	• L'utilisation des colles courantes du commerce :			
	• Les produits annexes d'usage courant :	-Les diluants, les solvants et les liants -Les essences, les médiums, les siccatifs -Les vernis, les fixatifs -Les additifs colorants		
	• Les caractéristiques des pinceaux et des brosses (qualité, prix, usage, durabilité) :	• Les formes et usages des pinceaux : -Les pinceaux doux , les pinceaux japonais • Les brosses : -composition (soies de porc, synthétiques) -forme (rondes, en queue de morue, en éventail, à pocher, spalters, etc.) • Les rouleaux • L'aérographe, les pistolets		

	• Les procédés au trait • Les procédés picturaux • Travail par tamponnement :les éponges, les tampons, les poncifs • Travail par frottage :les frottages sur surfaces grenues et sur des reliefs • Travail par impression • Travail par collage : • Travail par grattage : • Les techniques liées a la publicité :	• Les procédés à sec (crayon, pastel, fusain, crayon gras, etc.), leurs inflexions (continu, épais, sec, hachuré, pointillé, grisé, etc.) et leur dialogue avec les supports. • Les plumes et les marqueurs • L'acrylique, l'aquarelle, la gouache, le lavis :l'aplat, la transparence • Les fonds et les liants gras/maigres ; compatibilité et incompatibilité • Les encres • Le monotype • La linogravure et les procédés en relief • les découpages, les adhésifs ; • le sgraffite (sur pastels gras) ;les cartes à gratter ;les abrasifs. • Les types et les techniques d'éclairage (stand, vitrine) :à incandescence, au néon, halogène,… • Les procédés d'impression et de reproduction : les types et formats de machines (imprimante d'ordinateur, offset, photocopieur,…)		
6.3.2.Entretenir l'outillage.	• Nettoyer, sécher, assouplir les pinceaux, brosses, rouleaux…		CM	

6.6 Développer des attitudes professionnelles.

6.6.2 Organiser son plan de travail (outils, éclairage, ergonomie, sécurité).	• Prévoir et placer son matériel à portée de main, dans un espace de travail suffisant. • Veiller aux conditions de sécurité	• L'organisation d'un espace de travail.	CM	

6.6.3. *S'inscrire dans une perspective de formation permanente :* *-être disponible au renouvellement des techniques décoratives,* *-expérimenter de nouveaux concepts décoratifs,* *-s'auto-former aux upgrades des logiciels de la profession,* *-s'informer des nouveautés, des courants artistiques en vogue, de l'actualité.*			*CEP*	

<u>Fonction 07</u> : Appliquer les normes de sécurité et d'hygiène

7.1.Veiller à sa sécurité et à la sécurité des travailleurs.

7.1.3.Interpréter les logos et indications des fabricants en matière de précaution à prendre dans la manipulation des produits (encres, couleurs, acides, détergents).	• Connaître les règlements en vigueur et les appliquer.	• Les précautions à prendre face à la toxicité de certains produits (le respect les modes d'emploi, la préservation de l'environnement et de la santé).	CM	
7.1.4.Se conformer aux recommandations en la matière.			CM	

<u>Fonction 08</u> : Assurer une production (mise au net, lettrage, sérigraphie, services graphiques divers, packaging, réalisation d'espaces publicitaires)

8.15 Choisir les matériaux

8.15.1. Identifier les supports les plus appropriés au travail à réaliser: papier, carton, PVC, polyester, acrylate, cellophane, acétate, tissu, vinyle, etc…)	• Les différentes espèces de <u>papier</u> (selon leurs propriétés et leurs usages) :	• La pâte à papier de fibres végétales • Les papiers à pâte de bois • Les papiers recyclés • Les fibres naturelles (washi, chiffon, maïs, lin, végétaux…) • Les formats traditionnels et normalisés • Les papiers manuels et industriels • L'origine (Fabriano, Arches, Rives, Auvergne, etc .) et le filigrane • Le sens, la stabilité dimensionnelle relative, l'épaisseur, le grammage, la transparence et l'opacité (calque, cristal, paraffiné, vitrail, sulfurisé, etc.), l'absorption • La structure (Ingres, vélin, Japon,…) et l'aspect (brillant, glacé, lisse, satiné, mat, à grain) • Les imitations (peau d'éléphant, lézard, iguane, cuir, parchemin, métallisé, etc.) • Le décor (marbré, moucheté, cuve, etc.) • Le traitement(froissé, plié, déchiré, découpé, gouaché, recyclé…) • L'acidité des papiers • La résistance au pliage, à l'arrachage et au grattage, à l'humidité	CM	L'apprenant choisit et utlise correctement les matériaux adaptés à la production à réaliser.
	• Les principales espèces de <u>cartons</u>, leurs formats, leur numérotation et leurs caractères	• carte blanche, bristol, carton gris, bulle, plume, ondulé, carton à gratter, etc.		
	• Les <u>toiles</u> et <u>tissus</u> et et leurs propriétés essentielles: • Les <u>panneaux</u> de bois massif, de contreplaqué, etc.	• naturels : laine, coton, soie, lin, chanvre,… • synthétiques : nylon, polyester et dérivés • Les propriétés essentielles (rétrécissement, allongement, solidité à la lumière, résistance, tombant, etc.)		

8.15.2 Interpréter les informations des fabricants quant aux spécificités des matériaux et accessoires.	• Connaître et respecter les modes d'emploi.	• les spécificités des produits (agents de conservation, désinfectants,…).	CM	

5.5.4. EXEMPLES DE SITUATIONS D'APPRENTISSAGE :

- Collecter, classer et nommer des papiers
- Réaliser de petits travaux de gainage et de reliure
- Travailler des volumes à l'aide de papiers et de cartons.
- Décoller une affiche d'un mur par transfert et report sur un drap de coton

5.6.SERIGRAPHIE

5.6.1.OBJECTIFS GENERAUX :

- Initier les élèves à un moyen d'expression et d'impression artisanal couramment employé dans le domaine de la communication graphique et servant par ailleurs de mode d'expression à certains artistes contemporains.
- Utiliser les possibilités de la sérigraphie pour motiver certaines propositions de travail (affiches, petites éditions, impressions sur tissus,…).

5.6.2.INDICATIONS METHODOLOGIQUES :

- Le cours n'a, en principe, pas pour objet de préparer des projets mais de les imprimer. Il se situe donc généralement en aval des recherches et projets qui ont été mis au point. L'idéal serait que les trois cours de Dessin à conception publicitaire, d'Infographie et de Sérigraphie soient intégrés et se répondent par un mouvement naturel où les élèves passent d'une activité à l'autre en fonction de l'avancement de leurs projets, de leurs besoins, des disponibilités du matériel (les machines, les charnières d'impression et les cadres ne sont pas libres en même temps). Sur ce plan**, l'attribution de ces cours à un même professeur serait recommandable** si cela ne présentait éventuellement l'inconvénient inverse de ne pas assez diversifier la formation ou d'en voir parfois sacrifiée une des composantes.

- Si, à ce stade, il est vain d'ambitionner atteindre le niveau de savoir-faire d'un sérigraphe professionnel, il s'agit avant tout sur base d'un principe simple (la sérigraphie ne constitue jamais qu'un pochoir) d'acquérir des techniques et des habitudes de travail constitutives des compétences fixées ci-dessus. Dans cet ordre d'idée, on insistera sur la rigueur et le soin apporté à toutes les opérations de préparation des typons et des écrans, de précision dans les repérages, de présentation des supports d'impression et de maintenance du matériel.

- Le développement des compétences techniques requises peut largement s'exercer sur des projets assez simples. Il n'est donc pas interdit, par exemple, d'user de typons manuels réalisés à l'aide de film à découpe, d'user de typons photomécaniques tramés ou d'user de procédés plus expérimentaux (stéroïd, dessin au crayon ou à l'encre lithographique, sélection de valeurs, tramage, etc.)

- Les opérations de tirage notamment constituent au sein d'une formation le plus souvent fort individualisée, une excellente occasion de travailler en équipe de deux ou trois élèves.

5.6.3. COMPETENCES ET CONTENUS D'APPRENTISSAGE :

Fonction 07 : Appliquer les normes de sécurité et d'hygiène

7.1.Veiller à sa sécurité et à la sécurité des travailleurs.

COMPETENCES DU (DES) P.Q. COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS *(SAVOIR-FAIRE)*	CONTENUS ASSOCIES *(SAVOIRS)*		INDICATEURS DE MAITRISE DE COMPETENCES
7.1.1.Respecter les impositions propres aux métiers.	• Se fournir la documentation adéquate et la respecter.	• Les obligations légales en la matière. • Le matériel nécessaire.	CM	
7.1.2.Utiliser les équipements de protection.			CM	
7.1.3.Interpréter les logos et indications des fabricants en matière de précaution à prendre dans la manipulation des produits (encres, couleurs, acides, détergents).			CM	
7.1.4.Se conformer aux recommandations en la matière.			CM	

7.2.Trier et évacuer les déchets et matières toxiques.

7.2.1.Stocker les matières dangereuses de manière sécuritaire.	• Fermer correctement les pots. • Ne pas les exposer à la chaleur.	• Les règlements en vigueur.	CM	
7.2.2.Appliquer les dispositions légales et réglementaires en matière de rejet de matières toxiques et de déchets.	• Trier les déchets. • Utiliser les poubelles prévues.		CM	

<u>Fonction 08</u> : Assurer une production (mise au net, lettrage, sérigraphie, services graphiques divers, packaging, réalisation d'espaces publicitaires)

8.6 Organiser l'atelier (espace, matériel).

8.6.1.Déterminer l'ergonomie la plus appropriée au poste de travail.			*CEP*	
8.6.2.Apprécier la conformité du matériel avant la mise au travail.			*CEP*	

8.6.3 Préparer, planifier une production.	• Choisir les supports d'impression adéquats: • Identifier et choisir le matériel spécifique : • Préparation et conservation des encres :	-Les papiers, leur grammage et leur sens -Le verre, plastique, tissu, carton,… -La composition et les caractères des films nylon et polyester -Les caractéristiques des mailles, leur numérotation et leur emploi -La tension manuelle -Les cadres professionnels -Les différents types d'encre et leur emploi -Les solvants -Les mélanges et la consistance optimale des encres -La conservation des encres	CM	L'apprenant(e) ▪ différencie, au point de vue technique et technologique, les supports employés : papier, carton, PVC, polyester, acrylate, cellophane, acétate, tissu, vinyle, etc...) ; ▪ Identifie les spécificités des encres et des solvants couramment utilisés en sérigraphie ; ▪ choisit et prépare les encres et les solvants adéquats en fonction du support et du mode de séchage ; ▪ identifie les principes de séchage ; ▪ reconnaît les châssis à insoler et leurs usages spécifiques.

8.7 Préparer, installer (forme imprimante, matériel d'impression), imprimer, assurer les finitions.

8.7.1 Appliquer les techniques et maîtriser les gestes professionnels.	• Préparer les écrans, (bouche-porage, protection des angles, etc.) • Insoler un châssis à l'aide d'une émulsion directe : • Economiser les moyens : limiter l'étalement de l'encre à la zone nécessaire ; bien isoler les bords.	-Les supports translucides et les procédés opacifiants (gouache ou encre opaque, film mask). - La réalisation de typons à l'aide de procédés manuels ou photo-infographiques : – Les laques photosensibles – Les « bacholes » et l'enduisage de l'écran – Les conditions d'exposition optimales et le clichage – Le dépouillement de l'écran – La pose du bouche-pores	CM	L'apprenant(e) ▪ reconnaît les sources lumineuses d'insolation ; ▪ adapte : intensité lumineuse/distance châssis/source lumineuse/format de l'élément à insoler ; ▪ applique les facteurs d'insolation ; ▪ applique les techniques d'insolation, de dépouillement, de séchage et de retouche ; ▪ fixe le cadre ; ▪ règle le hors contact ; ▪ pose les organes de repérage ; ▪ applique les techniques de margeage et de mise en place du support à imprimer ; ▪ vérifie l'adéquation support/encre/séchage.

	• Imprimer manuellement avec soin, rigueur, exactitude et régularité (précision des repérages et des reports, qualité et régularité des coups de racle, sélection des encres adéquates) des projets simples en deux ou trois couleurs	– Le repérage et le taquage – Les marges – La forme, la dureté et l'aiguisage des lames d'impression – Le tirage des épreuves, (nappage, direction de la raclette, etc.) – Le séchage des épreuves		▪ applique correctement les techniques d'encrage, de nappage, de raclage, de séchage et autres travaux de finition.
8.7.2. *Expérimenter des possibilités de transformations/valorisation d'une production (supports, matières) à partir de différents traitements chimiques et de techniques sérigraphiques.*			*CEP*	

8.8 Assurer la maintenance du matériel.

Appliquer les techniques et maîtriser les gestes professionnels.	• Entretenir correctement le matériel et économiser les consommables.	–Le dégravage, la récupération, le nettoyage et l'entreposage des écrans –Les solvants des encres et des émulsions – La conservation des encres et les solvants	CM	L'apprenant(e) ▪ identifie les produits de nettoyage adéquats, ▪ applique la technique de dégravage.

5.6.4. EXEMPLES DE SITUATIONS D'APPRENTISSAGE :

1. Réaliser une première impression à l'aide d'éléments divers faisant écran (papiers plus ou moins translucides, trames, résilles, fil, objets, etc.)
2. Imprimer un projet en une couleur, éventuellement avec un dégradé (affiche avec des lettres et dessin au trait par exemple)
3. Imprimer un projet en deux ou trois couleurs sans point de contact entre elles (exigence minimale en matière de repérage)
4. Imaginer des solutions techniques variées (manuellement ou à l'aide de calques réalisés à l'ordinateur)
5. Réaliser une petite édition avec problèmes d'imposition (B.D., œuvre collective, etc.)

5.7.TYPOGRAPHIE

5.7.1.OBJECTIFS GENERAUX :

- Assurer une approche structurée de la communication visuelle en en isolant les composantes visibles puis en montrant comment elles s'épaulent, se répondent et constituent un ensemble organiquement indépendant . Préparer ainsi l'analyse critique et l'évaluation des résultats.

- Le cours de typographie se préoccupera donc **d'établir les bases de la réflexion**, de constituer une sorte de grammaire, de discipline, d'axe de réflexion s'appuyant sur **des savoirs pratiques** acquis par les calligraphes et les imprimeurs ainsi que **sur les enseignements cumulés par l'étude de la perception** (gestaltisme), **de l'esthétique appliquée** (cohérence relative, équilibre, gestion de l'espace, etc.) et de **la psychologie appliquée** (sens induit par la police de caractères, l'origine et le type d'écriture, etc.).

- **Classifier** objectivement les caractères de manière à établir un vocabulaire commun en la matière et à en préparer l'étude au plan de l'expression
- Faire **constituer des albums personnels** illustrant les familles susvisées.

- S'approprier les divers **procédés structurant ordinairement un texte** (en drapeau, en pavé, en alinéa, en sommaire, centrée…), en percevoir l'esprit et les usages habituels

  - Préparer l'organisation correcte des espacements, des césures, du parangonnage, de la justification, des alignements de caractères, des mots, des lignes et des colonnes
  - Déterminer les interlignages adéquats
  - Comprendre les problèmes posés par l'imposition.

- Sensibiliser les élèves à la **dimension expressive de la typographie**. Comprendre que la lettre peut avoir une fonction imageante, notamment au travers des logos et des titres.

5.7.2.INDICATIONS METHODOLOGIQUES :

Il est extrêmement rare qu'un document médiatique ne fasse pas appel **au texte et en même temps à l'image.** Dans cette perspective, l'Assistant aux métiers de la publicité aura à composer avec un ensemble de données, à maîtriser les règles induites par l'usage séculaire de la typographie et à **assurer la cohésion du message** sur **trois axes** constitués par :

- le sens du texte
- l'image accompagnante (souvent redondante ou en contrepoint)

• le sens implicite dont est chargé chaque type de caractères (rigoureux, sophistiqué, mécanique, manuel, majestueux, etc.).
La réflexion sur cette adéquation est liée à la pratique. Il convient donc de saisir l'occasion pour articuler ces trois axes au sein de chaque projet élaboré par l'élève.
Cette approche bénéficiant d'un rapport très fort au sens s'appuiera par ailleurs sur deux moments pédagogiques constitués par :
• un **recul théorique** préparant ou accompagnant l'émergence de situations problèmes ci-dessus décrites.
• un **accompagnement critique** constitué par l'évaluation qui est indispensable à toute séquence d'apprentissage.

• **La relation de la forme à l'expression** trouve son fondement dans la psychologie (lourd, majestueux, ténu, précieux, sophistiqué, féminin, rigoureux…) et dans les modes de tracé initiaux des caractères (solennité des majuscules romaines anciennes, souplesse des scriptes, fonctionnalité des linéales, etc.).
L'approche d'ordre sensible et la réflexion que ces notions requièrent se nourrira de nombreux exemples puisés dans l'édition et l'histoire des arts graphiques.
• La relation de sens de la typographie au texte lui-même se posera aussi. Elle se doublera de **la relation à l'image accompagnante** (à son style, à sa signification, au contexte, etc.). Les **exemples** puisés dans l'histoire du graphisme notamment, veilleront à tout instant à assurer une réflexion pertinente sur la question qui trouvera à s'employer dans les créations individuelles des élèves.

N.B. Le profil de formation indique comme compétence à exercer l'interprétation et l'utilisation des signes de correction typographique. La correction des épreuves fournies par l'élève constituera une bonne occasion de le sensibiliser à **l'exigence orthographique.**

5.7.3. COMPETENCES ET CONTENUS D'APPRENTISSAGE :

Fonction 01 : Recevoir une commande de réalisation graphique de communication

1.1.Recueillir et analyser les données d'une commande.

COMPETENCES DU (DES) P.Q. COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS *(SAVOIR-FAIRE)*	CONTENUS ASSOCIES *(SAVOIRS)*		INDICATEURS DE MAITRISE DE COMPETENCES

1.1.1.Identifier, dans une commande, les données : ▪ objectives, ▪ subjectives, ▪ esthétiques.	• Identifier les principaux éléments de la communication visuelle : couleur, typographie, images, mise en page :	• La conscience de l'espace (support, surface, bords, axes, ouverture relative, plans, profondeur, etc.) • La notion de composition comprise comme acte de coordination de toutes les structures constitutives du travail • Les proportions ; les rapports de vides et de pleins • La notion d'unité stylistique • Les rythmes et les tensions • L'économie des moyens • Le vocabulaire typographique de base **(**Ex. :capitales, bas-de-casse, empattements, sérif, graisse, corps, chasse, jambage, contre-poinçon, pause, etc.) • La classification internationale des caractères et leur usage **(**types de travaux**):** la classification de Maximilien Vox élargie aux normes ATYPI **;** les autres analystes ou créateurs (Thibaudeau, Jacno, Alessandrini, Bitstream), etc.) • Structure des caractères typographiques • L'invention de l'imprimerie et ses conséquences sur le livre, la presse, l'affiche, la publicité • Les créateurs typographes et leur temps	CM	Dans un projet simple de réalisation graphique, l'apprenant(e) établit correctement un document classant les données relatives : -au produit à réaliser, -à sa destination, -à l'intention à exprimer, -aux contraintes à respecter. Il (elle) identifie les éléments constitutifs d'une charte graphique.

<u>Fonction 04</u> : Traiter le rédactionnel en liaison avec le visuel

4.2 Etablir la hiérarchisation de perception des éléments du message.

4.2.2 Choisir une traduction graphique de ces éléments.	▪ Connaître et appliquer les intrications et le fonctionnement des structures essentielles des manifestes visuels :	• L'organisation de la lecture du texte et de l'image • La mise en relief des éléments **(**guillemets, parenthèses, italiques, bordures, trames, tableaux, puces et numéros, couleurs, etc**.).**	CM	

4.3. Traiter la typographie: saisir un texte, assurer la qualité typographique d'un message.

4.3.1 Exploiter les règles typographiques aux fins d'une mise en page, à partir d'une intention directrice, d'une volonté expressive et des impératifs d'accrochage visuel.	• Maîtriser les règles de la typographie :	▪ **Les règles typographiques :** - les espacements, césure, interlignage, alignements, alinéas, sommaire, axes ; - Les approches, le parangonnage ; les vides et les pleins. – Les règles typographiques internationales (emploi des capitales, petites capitales, de l'italique; composition des nombres, abréviations, ponctuation, signes, coupures et séparation des mots, espacements, etc.**) ;** -l'écriture des nombres, de la toponymie, les abréviations, sigles, acronymes et symboles, -la séparation des mots et paragraphes **(**types d'espaces, de traits d'union**),**	CM	L'apprenant(e) applique les règles d'écriture à un texte donné : ▪ typographie, ▪ écriture des nombres, ▪ toponymie, abréviations, sigles, acronymes, symboles, ▪ séparation des mots et paragraphes (types d'espacements, traits d'union), ▪ mise en évidence de certains éléments (guillemets, parenthèses, italiques, bordures, trames, tableaux, puces et numéros, couleurs, etc…
4.3.2 Disposer les éléments signifiants pour optimiser un processus de lecture.	▪ Connaître et appliquer les modes de composition :	-La composition des travaux de ville, commerciaux et publicitaires. -La composition des tableaux. -Les mesures typographiques – le principe de la justification.	CM	
4.3.3 Appliquer les principes de lisibilité, d'intelligibilité et d'expressivité du rédactionnel			CM	

4.3.4.- Choisir une police de caractères (style, taille, attributs) en fonction des caractéristiques du support.	▪ Les types d'épreuves ▪ Choix des attributs typographiques adaptés au style de l'image :	-épreuves, bon à tirer…. -L'impression sensible dégagée par l'élément typographique et la concordance avec l'image.	CM	

<u>Fonction 08</u> : Assurer une production (mise au net, lettrage, sérigraphie, services graphiques divers, packaging, réalisation d'espaces publicitaires)

8.1. Produire, à l'échelle, les projets graphiques retenus, en fonction de la finalité du travail.
Finaliser une mise en page. Mettre en couleurs. Tirer une épreuve.

8.1.1.Appliquer les techniques de mise au net afin de réaliser, sous la forme manuelle ou sous la forme informatisée, des maquettes de présentation.	▪ Préparer des lay-out typographiques en vue d'une réalisation en Infographie.	• Les modulations typographiques **(**police, valeur de corps, graisse, aplomb, chasse, œil, …**)** • La « couleur » typographique ; la lisibilité du texte **(**espacements, césures**)**	CM	L'apprenant(e) ▪ assure la cohérence graphique du document ; ▪ assure la cohérence de ses éléments constitutifs par rappel, correspondance, identité visuelle ou de caractères, rapports divers ; ▪ équilibre les masses, les vides, les pleins ;

<u>5.7.4. EXEMPLES DE SITUATIONS D'APPRENTISSAGE :</u>

- Collecter des textes et des documents (titres, emballages, dépliants, slogans…) et en caractériser les choix typographiques;
- Constituer une documentation sur les caractères de différentes fonderies ;
- Classifier (Cf. : classification internationale des caractères) les différentes polices incluses dans un logiciel de traitement de texte ou répertoriant des polices nouvelles (en 6e).
- Caractériser les options prises au sein de textes existants.
- Composition d'en-têtes de lettres et d'enveloppes, de sigles et de marques (en application au cours d'Infographie).
- Justifier l'emploi de certaines familles de caractères à l'égard des productions personnelles de l'élève.
- Décrire les familles de caractères employés dans certaines compositions typographiques et en justifier l'emploi au regard de la signification (en 6e).

5.8.INFOGRAPHIE

5.8.1.OBJECTIFS GENERAUX :

• Installer les bonnes habitudes d'utilisation d'un poste informatique ; éviter les pertes involontaires de données ou la dégradation irréversible du matériel ; assurer rationnellement les fonctionnalités du clavier, l'archivage des dossiers.

• Permettre à l'élève de communiquer et de se documenter via Internet.

• Assurer une connaissance des fonctions de base des logiciels professionnels Photoshop et Illustrator ainsi que In Design ou QuarkXPress, dans leur version la plus récente possible; assimiler parfaitement leurs caractéristiques, leurs fonctionnalités et leur logique de développement.

• Adapter son propre style graphique et sa technique au dessin assisté par ordinateur, notamment en vue d'une exploitation illustrative et/ou publicitaire.

• Créer et réaliser des signes graphiques tels que pictogrammes, symboles, emblèmes, logotypes, labels à l'aide des techniques graphiques et de dessin.

• Etre capable d'acquérir, d'élaborer, de produire et de traiter une image (personnelle ou imposée) de la commande à la sortie.
• Réaliser des maquettes d'affiches publicitaires ou informatives complètes et cohérentes.

• Créer des maquettes de dépliants et de documents de plusieurs pages.

• Appliquer les notions vues aux cours de Dessin publicitaire, de Typographie et d'Analyse esthétique du message publicitaire.

• Finaliser les maquettes en respectant les consignes techniques et en utilisant les logiciels appropriés.

• Réaliser des séparations de couleurs en vue du clichage des écrans sérigraphiques.

5.8.2. INDICATIONS METHODOLOGIQUES :

En général, les élèves d'aujourd'hui n'arrivent plus vierges en matière informatique.
Ce premier apprentissage, qui trouve ses origines dans la famille, dans les clubs, dans les centres cybermédias, via des revues spécialisées ou de manière plus sauvage « entre copains », n'est pas négligeable même si c'est souvent superficiel. C'est cependant le signe d'un intérêt qui trouve un

terrain favorable dans la souplesse mentale, les capacités juvéniles d'adaptation et l'intrépidité sans complexe d'une génération née avec l'informatique.

Cette situation qui engendre une hétérogénéité d'autant plus grande qu'il reste malheureusement aussi certains élèves sans grande formation préalable impose plus que jamais le recours à une pédagogie nettement différenciée.
Il ne faudrait toutefois pas croire que les compétences et les savoirs installés sont irréprochables et sûrs. Leur acquisition mal ou non structurée, le recours à des procédures relativement irrationnelles, les « trous » assez fatals dans de tels apprentissages, la méconnaissance de certains procédés professionnels au bénéfice de « trucs » plus ou moins boiteux ou improvisés constituent des handicaps qui imposent **remise en ordre** et **remise à niveau**. Sans doute y aura-t-il à craindre une difficulté à motiver certains élèves croyant déjà tout savoir à cette humilité qu'impose toute discipline initiale ou qui se contenteront par facilité des à-peu-près de leurs habitudes.

Pour y parvenir, nous ne saurions assez conseiller à l'enseignant :

- d'exiger la connaissance des définitions et des notions essentielles
- de motiver les élèves en les confrontant aux difficultés qui impliquent le recours à des procédures précises
- d'amener les élèves à « gommer ses mauvaises habitudes »
- d'exiger une gestion technique rigoureuse et logique des logiciels
- de rendre les élèves conscients de la perpétuelle adaptation que réclame l'évolution technologique
- de conduire autant qu'il se peut le cours en y intégrant la dimension professionnelle (rigueur, logique, maîtrise des outils, rapidité, efficacité, rentabilité, compétitivité).

Le premier souci consiste à installer une **logique d'utilisation** assurant le résultat qui, à l'aide **des chemins les plus courts**, réalise un **gain de temps** et **économise les moyens** .
Bien connaître sa machine permettra d'en tirer le meilleur parti. C'est la raison pour laquelle, il faut veiller à tout prix à créer de bonnes habitudes (arborescence, nettoyage régulier, mise en ordre, etc.)

Le professeur veillera particulièrement :

- à éviter la multiplication inutile, hasardeuse et parfois redondante des logiciels qui ont pour effet de saturer très vite les mémoires (économie des moyens)
- à effectuer un choix judicieux permettant une assimilation plus complète et plus aisée évitant la confusion et le chaos.
- Utiliser l'aide en ligne pour accéder à une plus grande autonomie.

- Il convient d'intégrer et associer les notions acquises tant en Dessin à conception publicitaire et en Analyse et esthétique du message publicitaire afin de les appliquer et les valoriser en D.A.O.
- Une réalisation graphique exécutée sur ordinateur **ne doit pas devenir une production graphique froide, creuse et aseptisée.** Elle ne saurait davantage consister en vaine démonstration d'une virtuosité gratuite, en un usage immodéré des derniers effets des dernières versions des logiciels, en une accumulation forcenée d'informations nuisant à la lisibilité, à la

- cohésion graphique ou à la cohérence globale des éléments (textes, images, etc.) constituant le message. **L'exercice vigilant du sens critique** est donc requis à tous les stades, de la conception à la réalisation finale.

La conception de logos, signes et emblèmes appelle naturellement l'élaboration préalable de projets manuels. Des premiers crayonnés à l'avant-projet, l'intervention de toute l'équipe éducative est particulièrement nécessaire comme elle est de règle dans les studios de publicité où psychologues, sociologues, enquêteurs de marché, créatifs, graphistes, photographes, etc., relaient et coordonnent leurs interventions.

Outre que ce travail en équipe fait gagner du temps, il contribue à donner du sens aux diverses interventions des professeurs concernés. On comprendra dès lors la nécessité de coordonner les interventions au travers d'un planning et par **un décloisonnement régulier des cours et ateliers** .

L'étendue des compétences à maîtriser et l'évolution permanente des techniques, des normes, des besoins et du graphisme nécessitent d'incessantes adaptations. La **disponibilité au changement** est donc une vertu cardinale à développer chez l' Assistant(e) aux métiers de la publicité.

• La composition d'une mise en page, l'insertion de titres, textes et blocs de textes réclament une intrication parfaite des cours de typographie et d'infographie

• Il importera de saisir toutes les occasions pour inciter à la recherche et développer l'esprit critique.

• La presse et les sites Internet sont une mine de renseignements pour analyser la variété et l'efficacité des mises en page

• L'apprentissage de ce type de logiciel demande de la patience et beaucoup de structure. Il est donc conseillé de travailler par des exercices simples et spécifiques dans un premier temps.

• Montrer la diversité des modèles (affiches, folders, livres, revues, etc.)

• La rédaction de textes demande une bonne compréhension du sujet et une étroite collaboration avec le cours de français.

En partant d'éléments concrets de production professionnelle, l'enseignant veillera à faire établir par les élèves les divers moyens utilisés, leur chronologie, les méthodes de travail possible. Il ne peut perdre de vue que toute production infographique est sujette à la rapidité , à l'exactitude et à la faisabilité technique d'exécution. Il est conseillé de graduer les difficultés des plus simples (uniquement texte par exemple) jusqu'aux plus complexes.

• Il serait souhaitable de prendre contact avec un imprimeur professionnel de la région lors des stages des élèves par exemple afin de réaliser des impressions professionnelles quand les travaux réalisés l'exigent.

5.8.3. COMPETENCES ET CONTENUS D'APPRENTISSAGE :

Fonction 03 : Produire des avant-projets (2D, 3D) conformes à l'identité visuelle souhaitée par le client

3.1.Dessiner des avant-projets de signes graphiques (pictogrammes, symboles, emblèmes, logotypes, signes, lettres, sigles, croquis, etc…

COMPETENCES DU (DES) P.Q. COMPLETEES ET PRECISEES	CONTENUS OPERATIONNELS *(SAVOIR-FAIRE)*	CONTENUS ASSOCIES *(SAVOIRS)*		INDICATEURS DE MAITRISE DE COMPETENCES
3.1.1.Effectuer des recherches (manuelles, informatiques) de signes graphiques.	▪ Rechercher l'information au sein d'Internet et des réseaux ▪ Utiliser les moteurs de recherche. ▪ Utiliser le potentiel d'un réseau local. ▪ Acquérir des images en choisissant le mode approprié et en paramétrant	▪ Les modes d'acquisition des images ▪ Les paramètres ▪ Les procédures d'importation, d'exportation et d'enregistrement ▪ Les modes de résolution (DPI) des images selon le type de document à produire ▪ Les modes de compression ▪ Les différentes sources possibles d'images (scannage, Web, banques de données, C.D.,photos numériques, etc.) ▪ Les différentes méthodes d'acquisition et de stockage	CM	L'apprenant(e) se constitue une banque d'images sur les thèmes qu'il doit traiter. L'apprenant(e) connaît les fonctions de base des logiciels L'apprenant(e) ▪ différencie les images bitmap et vectorielles et identifie leur interaction ▪ importe des images de sources, résolutions et dimensions différentes ; ▪ règle la résolution des images numériques selon l'original et le type de sortie ▪ prend ces éléments en compte pour enregistrer et stocker l'image si nécessaire

3.2.Concevoir des images originales et/ou adapter des images existantes.

3.2.1.Appliquer les procédures adéquates (numérisation et sauvegarde d'images, palette des couleurs, calques de travail) en fonction de la technique d'impression et du style d'imprimé.	▪ Développer une démarche de recherche autonome. ▪ Réaliser des dessins à valeur illustrative et/ou publicitaire.	▪ Les moyens et les méthodes en usage dans les différents logiciels. ▪ Les moyens classiques d'expression par le dessin ▪ Les outils de mesure : règles, repères, grilles, échelles, origine et coordonnées, points de vue (selon le logiciel, donc en fonction de la destination) ▪ Les outils de dessin des logiciels choisis (Illustrator et Photoshop) et les barres d'outils s'y rapportant	CM	L'apprenant(e) ▪ puise dans les techniques de base traditionnelles et infographiques des possibilités créatives, ▪ différencie les images bitmap et vectorielles, ▪ identifie leur interaction, ▪ importe des images de sources, résolutions et dimensions différentes, ▪ règle la résolution des images numériques selon l'original et le type de sortie. L'apprenant utilise les logiciels d'une manière progressivement plus autonome, efficace et rentable
3.2.2.Déterminer les paramètres des outils (de dessin, de sélection, de transformation).	▪ Utiliser les différents outils et régler les paramètres de transformation des images	▪ Les outils de réglage des logiciels abordés ▪ Les fichiers d'enregistrement : taille, poids, compression, modes,	CM	L'apprenant(e) convertit des images vectorielles en images bitmap et inversement. Il(elle) applique correctement les consignes de paramétrage. L'apprenant(e) exploite correctement les paramètres de densité, colorimétrie, contrastes, luminosité, modes, conversion, transfert.
3.2.3.Appliquer les techniques de traçage et de modification des formes d'une image.	▪ Utiliser les outils vectoriels	▪ Outil plume,…	CM	
3.2.4 Traiter les rendus (couleurs, lumière, ombres, matières).	(idem)	▪ Outils dégradés, pipette, aérographe, balance des couleurs, lumière-contraste, filtres, …	CM	

3.2.5 Sélectionner, adapter, modifier ou créer des signes graphiques propres à un projet.	▪ Adapter sa technique et son écriture graphique à l'effet souhaité ▪ Réaliser des signes graphiques de manière autonome en respectant les consignes données ou un projet personnel	▪ Les moyens classiques de recherche ▪ Les effets graphiques offerts par les divers logiciels et leurs possibilités de transformation ▪ Les définitions des signes graphiques courants ▪ Les normes de construction et les contraintes de sortie de ces signes.	CM	L'apprenant(e) produit divers signes graphiques dont il commente les caractéristiques
3.2.6 Exprimer un message en un pictogramme à partir de consignes.	▪ Utiliser les outils vectoriels	Le logiciel Illustrator	CM	
3.2.8 Collationner et archiver des signes graphiques.	▪ Effectuer des recherches sur Internet.	Exemple : Logotheque.com,…	CM	Cfr 3.1.1

3.3.Réaliser des images infographiques.

3.3.1.Appliquer les techniques de sélection et de manipulation des sélections (agrandissement, réduction, inclinaison, rotation, inversion horizontale et verticale, etc…)			*CEF/ CEP*	
3.3.2.Appliquer les techniques de détourage et de sélection par les masques.			*CEF/ CEP*	
3.3.3.Utiliser les outils de retouche (extraction et ajout d'éléments, clonage, estompage, etc…)			*CEF/ CEP*	
3.3.4.Appliquer les différents effets (motifs, teintes de couleurs, dégradés et volumes, filtres, etc…)			*CEF/ CEP*	
3.3.5.Utiliser le vocabulaire technique adéquat.			*CEF/ CEP*	
3.3.6.Réaliser des photos analogiques et/ou numériques, en fonction du travail à réaliser.			*CEF/ CEP*	

3.3.7.Appliquer les techniques de tramage d'images.			*CEF/ CEP*	
3.3.8.Appliquer la méthode de numérisation.			*CEF/ CEP*	
3.3.9.Appliquer les techniques de réglage de l'image à partir d'un logiciel de retouche.			*CEF/ CEP*	
3.3.10.Choisir un format adéquat d'enregistrement.			*CEF/ CEP*	

3.4.Acquérir des images dans une banque de données.

3.4.1.Choisir l'image à laquelle le contexte nouveau de la communication donnera une plus-value (sens, originalité, esthétique, etc)			*CEF/ CEP*	

<u>Fonction 04</u> : Traiter le rédactionnel en liaison avec le visuel

4.2 Etablir la hiérarchisation de perception des éléments du message.

4.2.1.Identifier les éléments à mettre en évidence (p.e. nature et lieu d'une manifestation, dates, plages horaires, etc…)	▪ Communiquer visuellement un message ▪ Identifier les principaux éléments de la communication visuelle : images, typographie, couleur, mise en page	▪ Théorie des couleurs ▪ Notions de composition et de communication ▪ Notions de typographie ▪ Notions de formes et formats	CM	L'apprenant(e) ▪ conçoit et produit des documents médiatiques personnels cohérents du point de vue de leurs composants (couleurs, typographie, images, mise en page, etc.) ▪ effectue un choix judicieux des polices et attributs graphiques.
4.2.2 Choisir une traduction graphique de ces éléments.	▪ Déterminer le style graphique du document à produire		CM	L'apprenant est sensible à la valeur ajoutée constituée par sa propre écriture graphique.

4.3 Traiter la typographie : saisir un texte, assurer la qualité typographique d'un message.

4.3.1.Exploiter les règles typographiques aux fins d'une mise en page, à partir d'une intention directrice, d'une volonté expressive et des impératifs d'accrochage visuel.	▪ Saisir et insérer des textes et des graphiques	▪ Les transferts entre les divers logiciels et programmes selon les sources	CM	L'apprenant(e) applique les règles d'écriture à un texte donné : -typographie, -écriture des nombres, -toponymie, abréviations, sigles, acronymes, symboles, -séparation des mots et paragraphes (types d'espacements, traits d'union), -la mise en évidence de certains éléments (guillemets, parenthèses, italiques, bordures, trames, tableaux, puces et numéros, couleurs, etc…
4.3.2. Disposer les éléments signifiants pour optimiser un processus de lecture.	▪ Choisir des attributs typographiques adaptés au texte seul ou au texte combiné à l'image	▪ La gestion des blocs de texte, les types de texte, les attributs de caractère et de correction, les attributs des paragraphes, les colorations, les effets, les manipulations diverses, les chaînages, les habillages, le vectoriel et le bitmap	CM	
4.3.3 .Appliquer les principes de lisibilité, d'intelligibilité et d'expressivité du rédactionnel	Connaître les éléments de la communication visuelle et leur valeur respective.		CM	
4.3.4. Choisir une police de caractères (style, taille, attributs) en fonction des caractéristiques du support.	▪ Déceler l'impression sensible dégagée par la typographie du texte	▪ Notions d'esthétique ▪ Les interactivités entre les programmes	CM	

4.4 Sélectionner et agencer les couleurs.

4.4.1.Associer une couleur à un effet psychologique (création d'ambiances).	▪ Appliquer les conventions théoriques de base des couleurs	▪ Les notions traditionnelles de colorimétrie ▪ Les synthèses additive et soustractive des couleurs ▪ Les barres d'outils de réglage des couleurs ▪ L'organisation de la couleur ▪ Les méthodes de colorisation ▪ Les conversions à effectuer pour l'imprimerie (quadri ou autres références, enregistrement)	CM	L'apprenant structure la couleur de manière cohérente en fonction des intentions qu'il affirme ou qui lui sont imposées

	▪ Justifier le choix des couleurs	▪ Les conversions à effectuer pour le virtuel (Web, multimédia, etc.)		
4.4.2. Percevoir comment une couleur (ou un ensemble de couleurs) contribue à la création d'effets.	(Cf : cours de Dessin à conception publicitaire)	(Cf : cours de Dessin à conception publicitaire)	CM	L'apprenant(e) associe aux tendances actuelles et à sa propre sensibilité les principes théoriques relatifs aux couleurs.
4.4.3 Traiter des rendus (lumière, ombres, contrastes, matières, effets de profondeur, etc…)		(idem)	CM	
4.4.4Résoudre des problèmes liés à l'effet de la lumière sur des surfaces de différentes textures.		(idem)	CM	
4.4.5 Equilibrer l'expression de la forme, de la surface et de la couleur.		(idem)	CM	

Fonction 08 : Assurer une production (mise au net, lettrage, sérigraphie, services graphiques divers, packaging, réalisation d'espaces publicitaires)

8.1.Produire, à l'échelle, les projets graphiques retenus, en fonction de la finalité du travail.
Finaliser une mise en page. Mettre en couleurs. Tirer une épreuve.

8.1.1.Appliquer les techniques de mise au net afin de réaliser, sous la forme manuelle ou sous la forme informatisée, des maquettes de présentation.	▪ Finaliser une maquette au départ d'esquisses ou d'un projet scanné en niveaux de gris par application de la monochromie puis de la bichromie	▪ Les maquettes de présentation et de production ▪ Le scannage en niveaux de gris ▪ L'optimisation du noir et blanc par le réglage des niveaux. ▪ Les paramètres relatifs à la multichromie et aux techniques de colorisation (propre à la B.D.)	CM	L'apprenant(e) ▪ distingue maquette de présentation et bon à tirer ; ▪ détermine l'organisation formelle du document ; ▪ assure la cohérence graphique du document ;

	▪ Finaliser une maquette au départ d'esquisses ou d'un projet scanné en niveaux de gris ou en dessin trait noir et blanc par application de la multichromie (colorisation en multicouches) ▪ Sauvegarder les images traitées dans le format et le support adéquats en fonction de la réutilisation ou de la finalisation voulue ▪ Choisir le type de compression approprié ▪ Produire des films (typons) corrects en vue d'une impression sérigraphique	▪ Les duplications de calques de fichiers et les couches alpha ▪ Les types et les supports de sauvegarde ▪ Les procédures de sauvegarde ▪ Les types de compression ▪ Les paramétrages relatifs aux couches de séparation des couleurs ▪ Les outils, filtres, trames et leurs effets ▪ Les techniques de colorimétrie (monochromie, bichromie, trichromie, quadrichromie, etc.)		▪ assure la cohérence de ses éléments constitutifs par rappel, correspondance, identité visuelle ou de caractères, rapports divers ; ▪ applique les notions de psychologie des couleurs ; ▪ équilibre les masses, les vides, les pleins ; ▪ choisit et applique les procédures de sauvegarde de format, de compression et d'archivage ; ▪ applique les procédures adéquates en fonction du type de sortie. L'apprenant exploite et adapte les techniques de séparation des couleurs pour la sérigraphie ▪ Il imprime les films correctement ▪ Il utilise le format de sauvegarde adéquat des fichiers
8.1.3.Exploiter et justifier les relations signifiant/signifié, sens propre/sens figuré, explicite/implicite.			*CEF*	
8.1.4.Argumenter ses choix devant un client.			*CEP*	

8.2.Produire la version « papier » et/ou numérique du document.

8.2.1.Appliquer les techniques de production de l'image originale.	▪ Appréhender les contraintes liées à l'impression	▪ Calibrage de l'écran ▪ Opacité des couleurs ▪ Bords perdus ▪ Pliages ▪ Traits de coupe	CM	L'apprenant(e) ▪ finalise la production technique définitive, ▪ réalise la séparation des couleurs en fonction de la technique d'impression, ▪ effectue les finitions avec précision et soin.

8.3.Utiliser les outils graphiques

8.3.2 Appliquer les techniques de retouches, de tracés, de modifications optiques, de numérisation, etc…	▪ Savoir naviguer dans les barres de menus et d'outils d'Illustrator, Photoshop, In design et Quark-X-Press et y associer les raccourcis-clavier.	▪ Les filtres, les outils vectoriels, …	CM	

5.8.4. EXEMPLES DE SITUATIONS D'APPRENTISSAGE :

- Produire des objets (images, logos, sigles, etc.) de base et en faire des symboles.

- Réalisation d'un projet général sous la conduite de l'enseignant avec des variantes individuelles

- Re-formulation infographique d'un document existant
- Transcription infographique d'un projet personnel.

- Réaliser des photomontages (détourage, intégration d'éléments divers, etc.)
- Réaliser des textures particulières (enduire un objet ou un texte de rosée, les mettre en feu, etc.)
- Utiliser les masques de fusion et les couches alpha pour fusionner des images, etc.
- Réaliser des corrections sur une photographie volontairement chiffonnée

- Réaliser un photomontage manuellement et le corriger

- Créer des images à thème en traitant les transparences et les matières

- Jouer les distorsions d'image par exemple à l'aide de l'outil "fluidité" pour : réaliser une caricature, un morphing transformable en animation ou encore réaliser un texte liquide, etc.

- Mise en page avec un minimum de mots et d'images selon un format imposé.

- Réalisation d'un folder avec recto-verso,
- Réalisation d'un cahier,
- Réalisation d'encarts publicitaires de styles différents avec logo imposé (toutes boîtes, …)

- Traitement d'une image pour accentuer sa lisibilité et donc la compréhension de sa lecture
- Traduction graphique d'un mode d'emploi (information neutre)
- Traitement graphique de sujets proches : le produit pharmaceutique et le produit bio (usage de connotations valorisantes).

- Réaliser une bichromie ou une trichromie sur des images scannées en niveaux de gris
- Effectuer la colorisation de planches B.D.
- Effectuer une colorisation multicouches sur un dessin au trait noir et blanc.

- Réaliser un logo de manière à rencontrer les spécificités de l'imprimerie, de la photocopie ou du Web (linéature, résolution, etc.)

- Produire les films nécessaires à une impression sérigraphique en deux passages en utilisant les bons outils
- Même exercice en utilisant plusieurs couches alpha

- Réaliser une sélection de valeurs au départ d'un document couleur

- Préparer des films en vue d'une impression quadrichrome en faisant un bon choix de trame.

5.9.T.P. PUBLICITE

5.9.1.OBJECTIFS GENERAUX :

- Savoir utiliser les outils permettant la réalisation concrète d'objets publicitaires (affiches, socles, présentoirs, packaging, chevalets,…).
- Exploiter les notions travaillées aux autres cours dans des réalisations concrètes en 2D ou 3D (installations et agencement de vitrines, de stands, lettrages promotionnels sur vitres,…

5.9.2.INDICATIONS METHODOLOGIQUES :

En partant d'éléments concrets de production professionnelle, l'enseignant veillera à faire établir par les élèves les divers moyens utilisés, leur chronologie, les méthodes de travail possibles, avant de procéder à l'exécution des projets. Il ne peut perdre de vue que toute production publicitaire est sujette à la rapidité, à l'exactitude et à la faisabilité technique d'exécution. Il est conseillé, dans chaque domaine de production, de graduer les difficultés des plus simples jusqu'aux plus complexes.

On se réfèrera également aux orientations méthodologiques générales (pages 8 et suivantes) pour établir la didactique du cours, sans oublier la nécessaire coordination avec les autres cours, tant pratiques que théoriques et la corrélation indispensable entre les travaux exécutés en classe et les demandes provenant –réellement ou hypothétiquement – du monde professionnel.

5.9.3.COMPETENCES ET CONTENUS D'APPRENTISSAGE :

Fonction 02 : Etablir le cahier des charges (espace et support de communication, charte graphique, média, techniques à mettre en œuvre, couleurs, etc…)

2.1. Déterminer le planning d'exécution du travail en fonction des contraintes.

COMPETENCES DU (DES) P.Q. COMPLETEES ET PRECISEES	**CONTENUS OPERATIONNELS** ***(SAVOIR-FAIRE)***	**CONTENUS ASSOCIES** ***(SAVOIRS)***		**INDICATEURS DE MAITRISE DE COMPETENCES**
2.1.1. Identifier et structurer les différentes phases de réalisation.			*CEP*	

2.1.2.Identifier les contraintes spécifiques à chaque phase.			*CEP*	
2.1.3.Identifier ses propres responsabilités contractuelles (qualités, délais, etc…)			*CEP*	

2.2. Confronter le budget alloué et les coûts de réalisation (examen de faisabilité).

2.2.1.Intégrer les étapes et le temps de réalisation en fonction de critères de rentabilité.			*CEP*	

2.3.Répartir les tâches.

2.3.1.Choisir les techniques les plus appropriées et les plus rentables pour rencontrer les exigences et les contraintes de la commande.			*CEP*	
2.3.2.Déterminer les techniques à mettre en œuvre, les supports, les espaces à animer.			*CEP*	

2.4.Identifier les matériaux et accessoires nécessaires à la réalisation.

2.4.1.Identifier, dans les catalogues des fournisseurs, les matériaux et accessoires nécessaires.			*CEP*	
2.4.2.Repérer les propriétés spécifiques des matériaux et les contraintes inhérentes à leur mise en œuvre.			*CEP*	
2.4.3.Interpréter les indications techniques des fabricants.			*CEP*	

2.5.Etablir un devis.

2.5.1.Calculer les quantités et les coûts des matériaux et accessoires nécessaires à la réalisation.			*CEP*	
2.5.2.Calculer des métrés.			*CEP*	
2.5.3.Evaluer les supports (état, matière, structure).			*CEP*	
2.5.4.Evaluer le temps nécessaire à la réalisation, les coûts de main-d'œuvre, la marge bénéficiaire.			*CEP*	

<u>Fonction 06</u> : S'intégrer dans le milieu professionnel

6.1.Communiquer avec la hiérarchie, les clients, les fournisseurs.

6.1.1.S'exprimer succinctement dans diverses situations de communication	-Savoir utiliser le « jargon » du métier -Savoir s'exprimer de façon claire et concise et adapter son langage au destinataire	-Ex : briefing, brainstorming, teasing, shockvertising, claim,…	CM	
6.1.2.Synthétiser une communication orale et écrite sous la forme d'un mémo.	-Rédiger un mémo en reformulant la demande pour s'assurer de la bonne compréhension du projet par le client	-Les acquis des cours de Français et d'Analyse et esthétique du message publicitaire	CM	

6.2 Actualiser ses informations.

6.2.1.Classer tout document professionnel (revues, catalogues, etc…)	(Cf : cours de Technologie publicitaire)	(idem)	CM	

6.2.2.Se tenir au courant des évolutions de la profession, des matériels, des produits, de l'actualité, des mouvements artistiques en vogue, etc…	(idem)	(idem)	CM	

6.3 Choisir son outillage.

6.3.1 Identifier les usages spécifiques des différents outils.	-Utiliser les outils à bon escient -Comprendre et respecter les consignes d'utilisation des outils et produits	(Cf :cours de Technologie publicitaire)	CM	
6.3.2.Entretenir l'outillage.	-Connaître et appliquer les méthodes de nettoyage et d'entretien	(idem)	CM	

6.4.Replacer son activité professionnelle dans le cadre général de l'entreprise et de son fonctionnement.

6.4.1.Identifier les activités des entreprises de l'amont (par exemple : entreprises clientes) et de l'aval (par exemple : les sous-traitants)			*CEP/ CEF*	

6.5.Identifier les contraintes du métier

6.5.1.Identifier les services, juridictions et organismes liés à la vie professionnelle.			*CEF*	
6.5.2.Identifier ses droits et devoirs.			*CEF*	
6.5.3.Identifier les contraintes relatives au droit d'auteur.			*CEF*	
6.5.4.Respecter strictement les règles déontologiques spécifiques à la profession.			*CEF*	

6.6 Développer des attitudes professionnelles.

6.6.1.Organiser son travail.	-Concevoir et respecter un planning	-Ordre des opérations -Calendrier -Matériel nécessaire,…	CM	
6.6.2 Organiser son plan de travail (outils, éclairage, ergonomie, sécurité).	(Cf :cours de Technologie publicitaire)	(Cf :cours de Technologie publicitaire)	CM	
6.6.3.S'inscrire dans une perspective de formation permanente : - *être disponible au renouvellement des techniques décoratives,* - *expérimenter de nouveaux concepts décoratifs,* - *s'auto-former aux upgrades des logiciels de la profession,* - *s'informer des nouveautés, des courants artistiques en vogue, de l'actualité.*			*CEP*	
6.6.4.Développer son autonomie, son sens des responsabilités, sa motivation.			*CEP*	
6.6.5.Chercher constamment la qualité du service et la satisfaction du client.			*CEP*	

<u>Fonction 07</u> : Appliquer les normes de sécurité et d'hygiène

7.1.Veiller à sa sécurité et à la sécurité des travailleurs.

7.1.1.Respecter les impositions propres aux métiers.	(Cf :cours de Sérigraphie)	(Cf :cours de Sérigraphie)	CM	
7.1.2.Utiliser les équipements de protection.	(idem)	(idem)	CM	

7.1.3.Interpréter les logos et indications des fabricants en matière de précaution à prendre dans la manipulation des produits (encres, couleurs, acides, détergents).	(idem)	(idem)	CM	
7.1.4.Se conformer aux recommandations en la matière.	(idem)	(idem)	CM	

7.2 Trier et évacuer les déchets et matières toxiques.

7.2.1.Stocker les matières dangereuses de manière sécuritaire.	(idem)	(idem)	CM	
7.2.2.Appliquer les dispositions légales et réglementaires en matière de rejet de matières toxiques et de déchets.	(idem)	(idem)	CM	

7.3.Soulever et déplacer des charges encombrantes en toute sécurité.

7.3.1.Appliquer les normes ergonomiques.			*CEP*	
7.3.2.Adopter, en fonction des circonstances, des positions ergonomiques appropriées.			*CEP*	

<u>Fonction 08</u> : Assurer une production (mise au net, lettrage, sérigraphie, services graphiques divers, packaging, réalisation d'espaces publicitaires)

8.1.Produire, à l'échelle, les projets graphiques retenus, en fonction de la finalité du travail.
Finaliser une mise en page. Mettre en couleurs. Tirer une épreuve.

8.1.1.Appliquer les techniques de mise au net afin de réaliser, sous la forme manuelle ou sous la forme informatisée, des maquettes de présentation.	-Utiliser les moyens des cours de Technologie publicitaire et d'Infographie pour la mise au net d'un projet. -Structurer l'image. -Utiliser les procédures d'archivage.	-Les techniques manuelles (types de supports, outils, procédés : collage, découpage, impressions traits de coupe, de plis, plan de montage,…théorie des couleurs). -Les techniques informatiques (fonctions des logiciels de base de la prépresse : Illustrator, Photoshop, In-design, Quark-X-Press,…). Les chemins de lecture, les notions d'équilibre,… -Les différents formats (bitmap ou vectoriel) ; -Les différents types de fichiers (Tiff, JPEG, EPS, PDF ; -Les types de sortie : notion de DPI (résolution), d'image RVB, CMJN et PANTONES).	CM	L'apprenant(e) -distingue maquette de présentation et bon à tirer ; -détermine l'organisation formelle du document ; -assure la cohérence graphique du document ; -assure la cohérence de ses éléments constitutifs par rappel, correspondance, identité visuelle ou de caractères, rapports divers ; -applique les notions de psychologie des couleurs ; -équilibre les masses, les vides, les pleins ; -choisit et applique les procédures de sauvegarde de format, de compression et d'archivage ; -applique les procédures adéquates en fonction du type de sortie.
8.1.2.Maîtriser les gestes professionnels.	-Connaître et appliquer les procédés et tours de main particuliers	-Les techniques de collage et de découpage.	CM	

8.2.Produire la version « papier » et/ou numérique du document.

8.2.1.Appliquer les techniques de production de l'image originale.	-Savoir utiliser les outils informatiques ou manuels. -Réaliser la séparation des couleurs.	-Techniques de la sérigraphie, de la linogravure, du monotype, de l'imprimante . -Les types de machines off-set ; -La notion de linéature de trame; -Les types de plaques et d'imposition.	CM	L'apprenant(e) -finalise la production technique définitive, -réalise la séparation des couleurs en fonction de la technique d'impression, -effectue les finitions avec précision et soin.

8.3.Utiliser les outils graphiques.

8.3.1.Maîtriser les gestes professionnels.	-Maîtriser des techniques de dessin. -Utiliser les logiciels de base.	-Cf :3.1.3. –Cours de dessin à conception publicitaire). -Tracé : dessin à la plume ; -Couleur : palettes de couleurs ; -Retouche : outil tampon ; -Découpe : outil plume ; -Agrand., réduction : palette redimensionnement.	CM	L'apprenant ▪ utilise différentes techniques de dessin (cfr 3.1), identifie et met en œuvre les possibilités graphiques du DAO et du traitement d'images (tracés, dessins, couleurs, retouches, découpes, agrandissements et réductions, etc…)

8.4.Réaliser une enseigne, un panneau publicitaire, une vitrine, une décoration publicitaire de véhicule, une bannière, ainsi que toute réalisation sur supports nouveaux répondant à des demandes futures.

8.4.1.Appliquer les techniques spécifiques (main levée, gabarits, D.A.O.)	-Savoir agrandir à l'échelle -Choisir la technique appropriée au support -Etablir les repères nécessaires à une mise en place correcte	-Le dessin à l'échelle -Le découpage et collage d'autocollants -Le report de dessins, de lettres…sur certains supports particuliers, horizontaux ou verticaux, plats ou courbes…	CM	L'apprenant(e) ▪ choisit une forme de réalisation conforme à la commande (peinture, autocollant, bloc lumineux, néon, découpe en bois, pierre, métal, plexi, caisse galbée, ondulée, rivée de véhicule, etc…) ; ▪ dispose harmonieusement le lettrage dans l'espace disponible ; ▪ tient compte du support (verre, bois, métal, pierre, textile, plexi…) et de ses caractères (support plat, arrondi, lisse, granuleux, etc…) ; ▪ réalise une maquette ou produit un dessin à l'échelle du produit fini ; ▪ planifie la disposition et les dimensions du lettrage et trace les lignes guides appropriées ; ▪ trace l'esquisse des lettres ;
8.4.2.Appliquer la technique spécifique des lettres transferts			*CEF/ CEP*	

8.5.Mettre en place un panneau, une enseigne, une signalisation, etc.

8.5.1.Evaluer le support (état, structure, matière) et les traitements nécessaires, préalables à la mise en place.			*CEP*	
8.5.2.Appliquer la(les) technique(s) de mise en place et maîtriser les gestes professionnels.			*CEP*	
8.5.3.Respecter les dispositions légales et réglementaires en matière de placement d'enseignes et de panneaux.			*CEF/ CEP*	

8.9.Organiser l'atelier (espace, matériel).

Cfr 8.6.			*CEF/ CEP*	

8.10.Recevoir une commande urgente.

8.10.1.Apprécier la faisabilité d'une commande en tenant compte du planning en cours, des délais souhaités par le client (dans l'heure, dans la journée, dans les 24 heures) et de la qualité du matériel graphique qu'il fournit.			*CEF/ CEP*	

8.11.Conseiller le client.

8.11.1.Identifier rapidement les retouches et améliorations possibles du matériel graphique du client (qualité, taille, cadrage, poids numérique, équilibre des tons, etc...)			*CEF/ CEP*	

8.11.2.Sélectionner, le cas échéant, les images Clip Art susceptibles de rencontrer les desiderata du client.			*CEF/ CEP*	

8.12.Imprimer sur photocopieuse et assurer le transfert sur le support demandé par le client.

8.12.1.Appliquer les techniques et maîtriser les gestes professionnels.			*CEF/ CEP*	
8.12.2.Sélectionner les colorants de transfert en fonction des supports.				

8.13.Assurer les finitions.

Cfr supra			*CEF/ CEP*	

8.14.Assurer la maintenance de premier niveau du matériel.

8.14.1.Interpréter les informations d'un manuel d'utilisation pour résoudre des problèmes courants.			*CEF/ CEP*	

8.15 Choisir les matériaux

8.15.1. Identifier les supports les plus appropriés au travail à réaliser: papier, carton, PVC, polyester, acrylate, cellophane, acétate, tissu, vinyle, etc…)	-Connaître et respecter les propriétés et les réactions des produits en relation avec les supports (altération de la couleur de certains supports par rapport au temps d'exposition demandé).	(Cf :cours de Technologie publicitaire).	CM	L'apprenant connaît et utilise correctement les matériaux adéquats ; il évite les matériaux trop lourds, trop légers, trop poreux, trop lisses,…
8.15.2. Interpréter les informations des fabricants quant aux spécificités des matériaux et accessoires.			CM	

8.16 Réaliser les calibres cotés (patrons) à l'échelle 1x1. Assurer la production (petites séries) et les finitions.

8.16.1. Appliquer les techniques de production (traçage, découpage, pliage, collage, etc.) et de finition.	-Utiliser les outils et les techniques adaptés (cf :cours de Technologie publicitaire**)** -Mesurer correctement les surfaces	(Cf :cours de Dessin technique-lecture de plans)	CM	L'apprenant(e) ▪ utilise correctement le matériel adéquat, ▪ place les accessoires, ▪ calcule des surfaces et des volumes, ▪ applique un plan de découpe « économique ».

8.17.Sous-traiter la production (séries importantes).

8.17.1.S'informer des prix et des délais auprès des fabricants.			*CEP*	
8.17.2.Négocier des prix avec un fabricant.			*CEP*	

8.19 Sélectionner et/ou réaliser des accessoires. Implanter les composants de la vitrine, du présentoir et/ou de l'étalage.

8.19.1 Appliquer des techniques publicitaires pour réaliser des présentoirs, des vitrines, des maquettes de stands, etc…	-Savoir utiliser les outils relatifs aux techniques de collage, de fixation, de pliage, de découpe, de marouflage, de capitonnage, , de réalisation de packaging,… -Savoir utiliser un éclairage optimal (quantité, orientation,…) -Disposer les éléments correctement en fonction du trajet visuel, de leur taille, de leur opacité…	Les différentes techniques.	CM	L'apprenant(e) • identifie dans les catalogues les accessoires adéquats et éléments modulaires préfabriqués ; • réalise différents accessoires publicitaires à partir de matériaux courants et de récupération ; ▪ exprime son originalité et sa créativité, ▪ applique les principes relatifs au trajet visuel.

8.20.Monter un stand.

8.20.1.Sélectionner les outils nécessaires à l'installation (éléments de fixation et d'attache).			*CEP*	
8.20.2.Appliquer l'ordre logique d'assemblage des éléments en tenant compte des contraintes particulières du chantier et des règles de sécurité et d'hygiène.			*CEP*	

8.20.3.Appliquer les techniques d'assemblage et maîtriser les gestes professionnels.			*CEP*	
8.20.4.Repérer les servitudes et effectuer les raccords.			*CEP*	

8.21.Choisir le matériel de présentation.

8.21.1.Différencier les différents types de supports de marchandises selon le type de présentation, l'emplacement et l'environnement.			*CEP*	

8.22.Mettre en place les marchandises.

8.22.1.Appliquer les techniques de pliage, épinglage, drapage, suspension avec fil, etc. et maîtriser les gestes professionnels.			*CEP*	
8.22.2.Appliquer les techniques d'animation dans un espace publicitaire (vidéo, projection, animation mécanique, mobiles, souffleries, murs d'eau, etc...)			*CEP*	

5.9.4. EXEMPLES DE SITUATIONS D'APPRENTISSAGE :

-Réalisation d'une boîte de parfum pour jeune sportif.
-Réalisation en relief (papier mâché) d'un sigle créé au cours de typographie, avec recherche d'un effet de matière.
-Réalisation d'un personnage de B.D. en grandeur nature, dépliable, de telle sorte qu'il puisse tenir debout et y intégrer un slogan publicitaire.

-Mettre en valeur un objet anodin par la création d'un support raffiné.

-Lors de la réalisation d'un stand publicitaire, intégrer le matériel de présentation (téléviseur, projecteur dias ou vidéo) dans un décor créé en fonction du style du produit à mettre en valeur.

-Au départ d'un « panneau d'ambiance », créer un espace publicitaire (vitrine, coin expo) avec socle, fond, affiche, produit, éclairage, accessoires,…

6.EXEMPLE(S) DE SITUATION(S) D'APPRENTISSAGE INTEGREE(S)

Exemple 1 :

Situation d'apprentissage intégrant les cours de : Analyse et esthétique du message publicitaire, Dessin à conception publicitaire, Typographie, Infographie et T.P.Publicité.

Titre de la situation : Promotion d'une nouvelle marque de café.
Classe : 5e année
Planification : 3e trimestre
Prérequis :-avoir des notions de typographie ;
-avoir de bonnes bases en Illustrator et Photoshop ;
-avoir déjà réalisé un lay-out et un packaging;
-avoir analysé des campagnes publicitaires.

Production et/ou prestation attendue :Dessin perspectif (2 vues différentes) du paquet de café, packaging personnalisé (avec intégration du logo, de la marque et du décor) et présentoir adapté pour les 3 variantes de la marque .

Matériel nécessaire : Ordinateur, carton, colle, matériel de découpage, matériel de dessin.
Délai : deux mois de cours

Compétences exercées :
3.1.2., 3.1.4., 3.2.1., 3.2.4., 3.3.1., 3.3.3., 3.3.9., 4.2.1., 4.3.1., 4.4.1., 8.1.1., 8.4.1.

Contraintes : -le cahier des charges est imposé (nom, logo, aspects marketing) ;
-le mood board , réalisé au cours de Dessin à conception publicitaire, doit être respecté ;
-papier aspect « Kraft », emballage rigide dépliable ;
-le présentoir est en pied et doit pouvoir contenir plusieurs paquets.
Consigne particulière : 3 propositions préparatoires en lay-out (développement des boîtes).

Critères d'évaluation :-respect des consignes ;
-respect du mood board, du cahier des charges ;
-propreté et précision de la réalisation ;
-impact visuel, choix du décor, des matériaux ;
-composition, mise en page.

Indicateurs :-diversité des propositions ;
-cohérence avec les données de base ;
-le visuel stimule –t-il le goût, l'odorat ?
-les productions, la présentation sont-elles attrayantes ?

Exemple 2 :

Situation d'apprentissage intégrant les cours de : Analyse et esthétique du message publicitaire, Dessin à conception publicitaire, Dessin technique-lecture de plans, Typographie, Infographie, T.P.Publicité (et éventuellement Sérigraphie).
(Cette situation pourrait éventuellement correspondre à une épreuve de Qualification)

Titre de la situation : Redynamisation d'une gamme de jus de fruits
Classe : 6e année
Planification : 3e trimestre
Prérequis :-avoir procédé à l'analyse des rayonnages d'un supermarché ;
-avoir une bonne maîtrise d' Illustrator et de Photoshop ;
-savoir créer un logo ;
-savoir rassembler une banque d'images ;
-avoir observé les différents moyens de la P.L.V. (publicité sur les lieux de vente).

Production et/ou prestation attendue :-Packaging et présentation en rayon d'une gamme de produits existants, mais à redynamiser, y compris la création du logo .

Matériel nécessaire : Ordinateur, carton, colle, matériel de découpage, matériel de dessin (lay-out), matériel d'éclairage.

Délai : deux mois de cours.

Compétences exercées : Toutes les compétences C.M. reprises au P.F. (et donc au programme) peuvent être mobilisées dans cet exercice.

Contraintes : -le cahier des charges est imposé (nom du produit, aspects marketing, une partie de la charte graphique) ;
-intégrer la gamme, notamment les prix, tout en la mettant en valeur par des moyens PLV (éclairage,…).

Consigne particulière :- 3 propositions préparatoires en lay-out ;
-se distinguer de la concurrence.

Critères d'évaluation :-respect des consignes ;
-propreté et précision de la réalisation ;
-originalité de la réalisation ;
-impact visuel (décor, matériaux, éclairage, packaging).

Indicateurs :-diversité des 3 propositions ;
-choix et respect de la charte graphique ;
-les productions, la présentation sont-elles attrayantes ?

7.ORIENTATIONS BIBLIOGRAPHIQUES

En plus des très nombreuses revues spécialisées ou de vulgarisation existant dans le domaine de l'informatique et des arts plastiques et appliqués, on trouvera ici une liste, de loin non exhaustive, d'ouvrages abordant certaines questions théoriques, méthodologiques ou techniques qui sont contenues dans ce programme :

- COCULA (Bernard) et PEYROUTET (Claude), *Sémantique de l'image*, 1986 ISBN ; 2-206-00311-2
- Groupe μ, *Rhétorique générale*, Seuil, Points Essais, Paris, 1982
- GUIRAUD (Pierre), *La sémiologie*, PUF Que sais-je ?, Paris, 1973

- DAUTUN (Jean-Pierre), *10 modèles d'analyse d'images*, Marabout, Alleur, 1995
- FRESNAULT-DERUELLE (Pierre), *L'image manipulée*, Edilig, 1983 -ISBN 2-85601-O30-X
- GAUTHIER (Guy), *Vingt leçons sur l'image et le sens*, Edilig, Paris -ISBN : 2-85601-009-1

- BOOTH-CLIBORN (Edward) et BARONI (Danièle), *Art graphique*, Nathan, Paris, 1979 -ISBN : 2-09-298102-1
- DUCA(Lo), *L'affiche*, PUF Que sais-je ?, Paris, 1963
- FRESNAULT-DERUELLE (Pierre), *L'image placardée*, Nathan université, Paris -ISBN : 209-190782-0
- GOUREVITCH (Jean-Paul), *Comprendre la publicité*, L'Ecole, Paris, 1975 -ISBN 2-211-97802-9
- VICTOROFF (David), *La publicité et l'image*, Denoël/Gonthier, Paris, 1978

- BALLANTONI (Jef) et WOOLMAN (Matt), *Typographisme – La lettre et le mouvement*, Thames & Hudson, Londres
- DUSONG (Jean-Luc) et SIEGWART (Fabienne), *Typographie, du plomb au numérique*, Dessain et Tolra, Paris, 1996
- PERROUSSEAUX (Yves), *Mise en page et impression, notions élémentaires*, Atelier Perrousseaux, Paris.
- POTTER (Tony), *Les lettres et la typographie*, Usborne, Londres, 1987, ISBN : O-7460-0369-2

▪DUPLAN (Pierre) et JAUNEAU (Roger), *Maquette et mise en page*, Moniteur, Paris, 1989

▪GOFFE (Gaynor) et RAVENSCROFT (Anna), *La calligraphie*, Könemann, Cologne, 1997

- BINDER(Kate), *QuarkXPress*, *CampusPress*, Paris
- COUWENBERGH (Jean-Pierre), *Guide complet pour créer un serveur Web*, Marabout, Alleur
- FLORIO (Emmanuel), *Guide de la couleur et de l'image imprimée*, Atelier Perrousseaux, Paris

- LABBE (Pierre), *Photoshop*, Eyrolles, Paris
- LABBE (Pierre), *Illustrator*, Paris

- MENNIG (Miguel), *Dictionnaire de l'Internet et de l'Intranet*, Marabout

- PLANT (Darrel), *Flash*, CampusPress, Paris
- SIEGEL (David), *Secrets des sites Web qui réussissent*, Simon et Schuster Macmillan, Paris
- TARIN TOWERS (J.), *Dreamweaver*, CampusPress, Paris

- COLE (Alison), *La perspective, la profondeur et l'illusion*, Gallimard, Paris

- Mc CLOUD, *La décoration, guide des styles et des techniques*, Dessain et Tolra, Paris, ISBN : 2-249-27832-6

- GUEGAN (Yannick) et LE PUIL (Ropger), *Le décor peint en trompe-l'œil*, Glénat, Paris, 1988

- SLOAN (Annie), *Peintures et effets décoratifs*, Fleurus, Paris, 2000